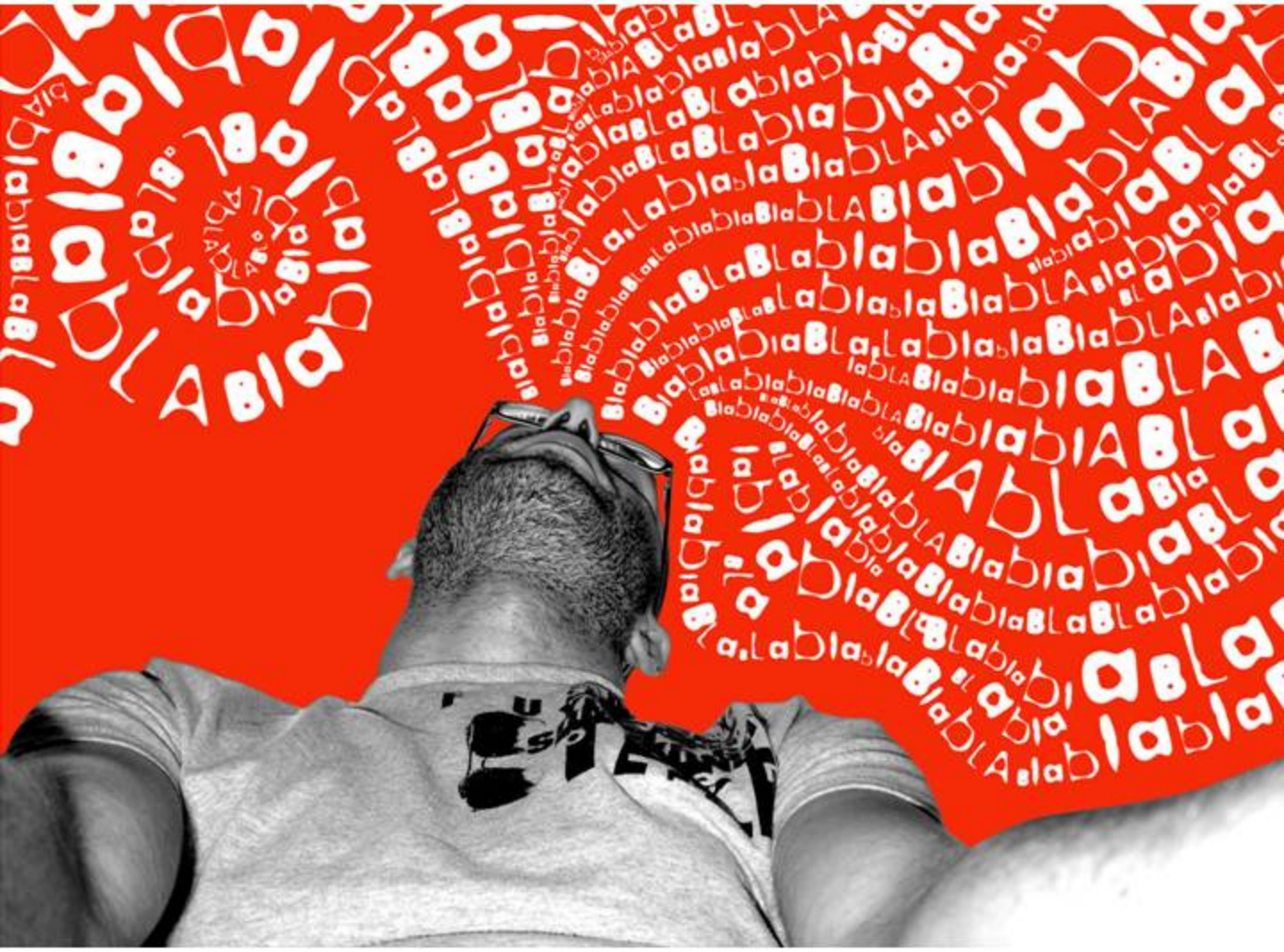
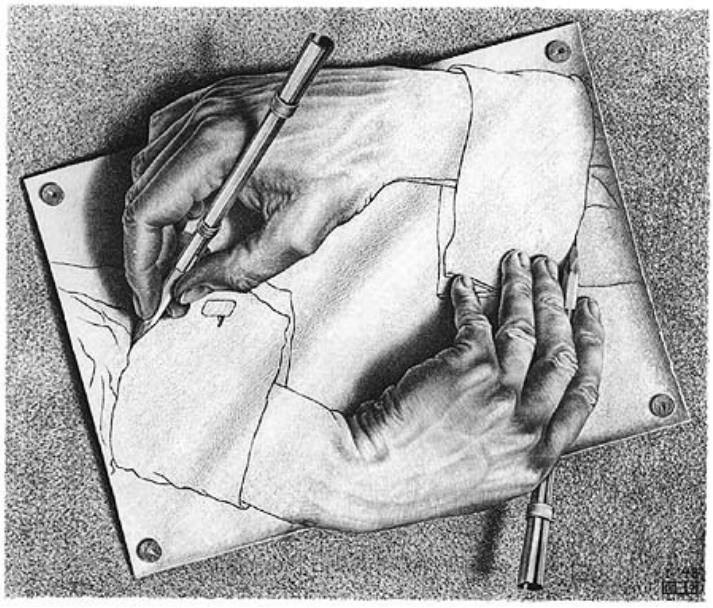
Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación



Juan Miguel Aguado
Universidad de Murcia
2004

INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN



Juan Miguel Aguado Terrón
Departamento de Información y Documentación
Facultad de Comunicación y Documentación
Universidad de Murcia
2004

INDICE DE CONTENIDOS

BLOQUE I:
MODELOS Y TEORÍAS GENERALES DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

1. Aproximación al concepto de comunicación: Fundamentos para la delimitación y estudio del fenómeno comunicacional 9

A. Objetivos 9
B. Contenidos básicos 9
1. El concepto de comunicación: polisemia, ambigüedad y multidimensionalidad 10
1.1. Rasgos básicos del concepto de comunicación 11
1.2. Complejidad, interdisciplinariedad y transdisciplinariedad 15
2. Bases epistemológicas para el tratamiento de la comunicación 17
2.1. Las metáforas de la comunicación: esquemas interpretativos dominantes 17
2.2. Epistemología y comunicación 19
3. El lugar de la comunicación en el pensamiento contemporáneo: el paradigma informacional-comunicacional 22
3.1. Paradigma 22
3.2. El paradigma informacional-comunicacional 23
C. Actividades prácticas 24
D. Bibliografía de consulta 24
E. Preguntas de evaluación 25

2. El marco epistémico de la comunicación (I): la perspectiva técnico-funcional .. 26

A. Objetivos 26
B. Contenidos básicos 26
1. La Teoría Matemática de la Información 26
1.1. Contexto y antecedentes científico-lógicos 26
1.2. Postulados y conceptos básicos 28
1.3. Aportaciones y limitaciones de la TI 33
2. La Teoría General de Sistemas 36
2.1. Antecedentes 36
2.2. El concepto de sistema 38
3. La Cibernética 40
3.1. Antecedentes 40
3.2. La ciencia de la comunicación y el control 41
3.3. El Feed-back o retroalimentación 41
C. Actividades prácticas 43
D. Bibliografía de consulta 43
E. Preguntas de evaluación 44

3. El marco epistémico de la comunicación (II): el bucle psico-socio-cultural..... 45

A. Objetivos..... 45
B. Contenidos básicos..... 45
1. Lenguaje, sociedad y cognición: la constitución social de la individualidad autoconsciente..... 45
1.1. Las bases biológicas del fenómeno social..... 45
1.2. Individuo, sociedad y cognición..... 47
2. La especificidad de la comunicación humana..... 49
2.1. Dos perspectivas conceptuales divergentes..... 49
2.2. De la comunicación animal a la comunicación humana..... 50
2.3. Individuo, comunicación y sociedad: la perspectiva de G. H. Mead..... 51
3. La génesis de la comunicación humana: del animal al homo sapiens; del bebé al adulto..... 53
3.1. Filogénesis de la comunicación humana..... 53
3.2. Ontogénesis de la comunicación humana: la comunicación y el desarrollo cognitivo..... 55
C. Actividades prácticas..... 60
D. Bibliografía de consulta..... 60
E. Preguntas de evaluación..... 60

BLOQUE II:
MODELOS Y TEORÍAS SOCIOCOGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

4. La comunicación en clave macro-sociológica..... 63

A. Objetivos..... 63
B. Contenidos básicos..... 63
1. Paradigmas y teorías macro-sociológicas..... 63
1.1. Paradigmas del pensamiento sociológico..... 63
1.2. Las teorías macro-sociológicas..... 65
2. El Interaccionismo Simbólico..... 66
2.1. Antecedentes: la Escuela de Chicago..... 66
2.2. Antecedentes: el Pragmatismo y la Gestalt..... 68
2.3. El Interaccionismo Simbólico..... 69
2.4. Los desarrollos del Interaccionismo Simbólico en los estudios sobre comunicación. 71
3. La Teoría de la Acción Comunicativa de J. Habermas..... 72
3.1. La macro-sociología y la herencia de la Escuela de Frankfurt..... 72
3.2. La centralidad de la acción en la comprensión de lo social..... 73
3.3. La Acción Comunicativa..... 75
4. La Teoría de los Sistemas Sociales de N. Luhmann..... 76
4.1. Las fuentes de la teoría luhmanniana..... 76
4.2. La sociedad como sistema autopoiético..... 77
4.3. La diferenciación funcional..... 77
4.4. La comunicación en el sistema social..... 78
5. La Escuela de Palo Alto..... 81
5.1. El dilema acción/conducta..... 81

5.2. Los axiomas de la comunicación 83
5.3. El pancomunicacionismo y la herencia del interaccionismo Simbólico 86
C. Actividades prácticas 87
D. Bibliografía de consulta 87
E. Preguntas de evaluación 87

5. La comunicación humana como producción, transformación y reproducción de sentidos 88

A. Objetivos 88
B. Contenidos básicos 88
1. El giro lingüístico y la cuestión del significado 88
1.1. Introducción 88
1.2. La palabra y el mundo 90
1.3. El giro lingüístico y la concepción pragmática del significado 91
2. Semiótica y pragmática 94
2.1. La semiótica: orígenes, definición y alcance 94
2.2. El giro pragmático 99
3. Texto y discurso 102
3.1. El problema de una unidad de análisis para la pragmática 102
3.2. El texto y el discurso 103
3.3. La narratividad de las estructuras profundas 106
3.4. Presuposiciones e inferencias 106
C. Actividades prácticas 110
D. Bibliografía de consulta 110
E. Preguntas de evaluación 110

6. Las bases del análisis semiótico estructural del texto: modalizaciones y estructuras actanciales 111

A. Objetivos 111
B. Contenidos básicos 111
1. La coherencia del texto 112
1.1. Cohesión superficial 113
1.2. Coherencia global 113
1.3. Coherencia pragmática 114
1.4. Coherencia interna: la isotopía 114
1.5. Coherencia contextual/intertextual: la enciclopedia 115
1.6. Contextualización: el marco temático 116
2. La modalización 117
2.1. El cuadrado semiótico: un modelo de estructuración modal 119
2.2. La oposición enunciado descriptivo/enunciado modal 120
2.3. Modalidades epistémicos, aléticas y deónticas 120
2.4. La competencia lingüística, comunicativa y modal 122
2.5. La construcción de la verdad: modalidades veridictivas 124
3. La estructura del relato 124
3.1. Estructuras de superficie y estructuras profundas 125
3.2. Estructuras actanciales 127
3.3. El programa narrativo 128
4. Sujeto, espacio y tiempo en el discurso 131
4.1. El sujeto en el discurso: el sujeto del enunciado y el sujeto de la enunciación 131
4.2. Deixis y anáforas 132

4.3. El sujeto textual 135
4.4. Narrador y observador: focalización exterior e interior 136
4.5. El nivel metanarrativo 137
4.6. La palabra propia y la ajena 138
4.7. Las figuras de la distancia enunciativa: ironía y parodia 140
C. Actividades prácticas 141
D. Bibliografía de consulta 141
E. Preguntas de evaluación 141

7. Tipología psicosocial de las formas comunicativas 142

A. Objetivos 142
B. Contenidos básicos 142
1. Las tipologías de la comunicación 142
1.1. La complementariedad persona/grupo 143
1.2. Aspectos referenciales y sociales de la comunicación 143
1.3. Tipologías psicosociales de la comunicación 144
2. Comunicación intrapersonal, introspección y objetivación del yo 147
3. Comunicación interpersonal: la complementariedad yo/otro 148
4. Comunicación grupal: un salto cualitativo 150
5. Comunicación organizacional: los actores sociales 153
6. La comunicación de masas 155
6.1. Comunicación de masas, comunicación colectiva y comunicación mediada 155
6.2. Masa, audiencia y medios 156
6.3. Dimensión social e institucional del medio de masas 158
6.4. La tecnología y el mestizaje de las formas comunicativas 159
C. Actividades prácticas 160
D. Bibliografía de consulta 161
E. Preguntas de evaluación 161

BLOQUE III:
TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

8. El estudio de la comunicación de masas: teorías, perspectivas y enfoques 163

A. Objetivos 163
B. Contenidos básicos 163
1. Los orígenes de la Mass Communication Research 163
1.1. Contexto y evolución de la MCR 164
1.2. Los 'padres fundadores' de la MCR 165
2. Conductismo y funcionalismo 168
2.1. Conductismo: conceptos, enfoques y evolución 168
2.2. El funcionalismo 169
2.3. La importancia de los estudios sobre efectos 177
3. Las teorías críticas 180
3.1. La Escuela de Frankfurt: la Teoría Crítica 180
3.2. Del marxismo clásico a la economía política de la comunicación y la crítica ideológica 184
4. El determinismo tecnológico y el enfoque ecológico 186

4.1. El determinismo tecnológico 186
4.2. La *Media Ecology* 189
5. El estructuralismo 190
6. El constructivismo social y los estudios culturales 192
6.1. La construcción social de la realidad 193
6.2. Los estudios culturales 194
C. Actividades prácticas 196
D. Bibliografía de consulta 197
E. Preguntas de evaluación 197

9. Modelos básicos para el estudio de la comunicación colectiva 198

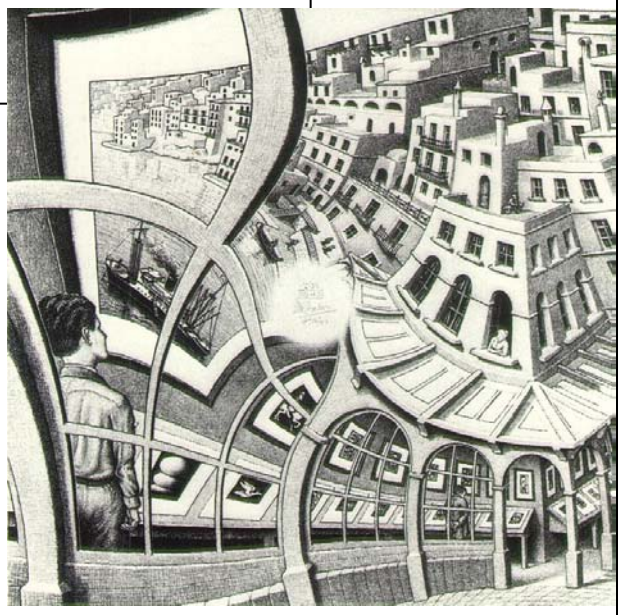
A. Objetivos 198
B. Contenidos básicos 198
1. Consideraciones sobre la modelización de procesos complejos 198
2. Modelos lineales 200
2.1. El modelo de Shannon y Weaver 200
2.2. El modelo de Lasswell 201
3. Modelos circulares 202
3.1. El modelo de De Fleur 203
3.2. El modelo de Osgood y Schramm 203
3.3. El modelo de Dance 204
3.4. El modelo de Maletzke 205
4. Modelos reticulares 207
4.1. El modelo de Newcomb 207
4.2. El modelo de Gerbner 209
4.3. El modelo de Westley y McLean 211
5. La comunicación en el contexto sociocultural 213
6. Los elementos del proceso comunicativo 215
C. Actividades prácticas 216
D. Bibliografía de consulta 216
E. Preguntas de evaluación 216

10. Sociedad de masas, cultura de masas y comunicación de masas 217
A. Objetivos 217
B. Contenidos básicos 217
1. El concepto de masa: orígenes, antecedentes e implicaciones. 217
1.1. Las transformaciones sociales del siglo XIX-XX 218
1.2. De la masa social a la sociedad de masas 222
2. Cultura de masas y medios de masas 226
2.1. El conflicto de la cultura de masas: apocalípticos e integrados 226
2.2. Los sujetos sociales en la cultura de masas 229
2.3. El papel de los medios en la cultura de masas: de la sociedad de masas a la sociedad del espectáculo 232
3. La comunicación colectiva: líneas de evolución 236
3.1. La masificación de los medios 236
3.2. La evolución de la prensa, la radio y la TV 237
3.3. La comunicación colectiva en la cultura de masas: los productos comunicativos globales 239
4. Los medios de comunicación colectiva: la convergencia tecnológica, semántica y económica 241
4.1. La convergencia tecnológica 241

4.2. La convergencia económica 243
4.3. La convergencia semántica: los caracteres del discurso mediático 243
5. La experiencia mediada y la experiencia mediática 247
5.1. El secuestro de la experiencia y la mediación tecnológica de la experiencia 247
5.2. La comercialización de la experiencia 249
C. Actividades prácticas 250
D. Bibliografía de consulta 250
E. Preguntas de evaluación 251

BLOQUE I

MODELOS Y TEORÍAS GENERALES DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN



BLOQUE I

MODELOS Y TEORÍAS GENERALES DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

1 Aproximación al concepto de comunicación: Fundamentos para la delimitación y estudio del fenómeno comunicacional

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Plantear la complejidad y multidimensionalidad de los fenómenos comunicacionales y su importancia en las sociedades desarrolladas
- Delimitar el concepto de comunicación como objeto de estudio científico
- Establecer los requisitos epistemológicos de los conceptos 'comunicación' e 'información' y su relación con las ideas de 'organización' y 'conocimiento'
- Comprender el papel que la comunicación juega en los paradigmas científico-sociales actuales

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN: POLISEMIA, AMBIGÜEDAD Y MULTIDIMENSIONALIDAD

.- El término 'comunicación' se utiliza en una gran variedad de contextos y con una amplia diversidad de sentidos que, en ocasiones, contribuyen a hacerlo confuso. Para hacernos una idea, conviene observar en qué sentidos utilizamos el término para describir los siguientes fenómenos:

- ✓Los intercambios de una ameba con su ecosistema
- ✓La estrategia de una multinacional
- ✓Un gesto
- ✓Una campaña política en unas elecciones
- ✓El servicio de correos
- ✓El plumaje de un pájaro
- ✓La descarga sináptica entre dos neuronas
- ✓El movimiento de las alas de una abeja en la colmena
- ✓Un edificio
- ✓El color llamativo de algunos reptiles e insectos
- ✓El texto impreso en una página

✓Las substancias químicas segregadas por una hormiga
✓Las formas dibujadas en un cuadro
✓Una secuencia cinematográfica

.- Todas son formas de comunicación, y, sin embargo, utilizamos el término con sentidos y connotaciones diferentes. Pese a todo, la idea básica de comunicación es el único principio de acción que presentan en común los fenómenos reseñados arriba. ¿Dónde empieza y dónde acaba el fenómeno que llamamos *comunicación*?

.- El concepto de comunicación es un concepto problemático y complejo:

.- Abarca fenómenos comunes en contextos muy diversos: físico, biológico, social...

.- Abarca fenómenos diferentes en un mismo contexto: una conversación entre dos interlocutores y una reacción a una señal de tráfico son dos hechos comunicativos sociales y, no obstante, sustancialmente diferenciables.

.- La comunicación es un concepto amplio y elástico, que se desliza constantemente entre la polisemia, la ambigüedad y la multidimensionalidad.

- **Polisemia:**

.- Afirmar que la comunicación es un término polisémico implica decir que se ponen en juego distintos significados para un mismo término

> Ejemplo:
> No es lo mismo hablar de la comunicación que se da a nivel ecológico entre especies o entre una especie y su entorno que hablar de la comunicación que se da entre dos instituciones, entre una institución y un usuario, o entre dos personas. Se trata de concepciones distintas: comunicación como interacción funcional y comunicación como interacción semántica.

.- La polisemia del concepto comunicación no se limita a los elementos de la definición (los sujetos o los objetos del intercambio), sino que también afecta al esquema mismo que define la comunicación: para el mismo uso de "comunicación" puede oponerse el sentido de intercambio al de cooperación (como se explica en 2.1, no es lo mismo concebir la comunicación interpersonal en términos de intercambio de información, conocimiento o significado, que concebirla en términos de una acción cooperativa que constituye ella misma el significado o el conocimiento)

- **Ambigüedad:**

.- La ambigüedad hace referencia a la mezcla o confusión entre los matices de significado de un término. Por ejemplo, mediante la disonancia entre la descripción y el funcionamiento de ese término: Así, en el caso de la 'infromación' es frecuente encontrar cierta imprecisión o incoherencia entre

a) los esquemas y elementos utilizados para la descripción del fenómeno
b) las consecuencias y alcance práctico del fenómeno mismo.

> **Ejemplo:**
> El concepto de información es uno de los conceptos vinculados con la comunicación que más ambigüedad comporta. Evidentemente no hablamos

de lo mismo al decir que el ordenador procesa información y al decir que la prensa publica una información. Sin embargo, el sentido matemático-lógico (información cuantificable en bits) y el sentido sociocultural (referencia novedosa a hechos o acontecimentos) se mezclan a menudo y hablamos así de "tecnología de la información" sin precisar mucho si nos referimos a tecnología construida sobre la base de la información matemático-lógica o si nos referimos a tecnología útil para la transmisión y gestión de información en su sentido sociocultural. Lo mismo ocurre cuando, en el lenguaje coloquial, decimos que necesitamos "procesar la información para tomar una decisión".

- **Multidimensionalidad**

.- Presencia de un substrato común a las diversas manifestaciones del fenómeno: la comunicación es así un fenómeno que tiene lugar en diferentes ámbitos (lógico, biológico, cultural, social, tecnológico...)

* * *

.- Debido a la multidimensionalidad, podemos hablar de comunicación entre células, entre personas, entre instituciones, entre países, entre insectos, incluso entre ideas o sistemas de ideas.
.- Debido a la polisemia podemos hablar de comunicación como intercambio, como cooperación, como mandato, como demanda, como conducta, como acción.
.- Debido a la ambigüedad se producen cambios de sentido y de significado en el concepto mismo de comunicación (por ejemplo, la comunicación como transmisión de información significa algo muy distinto antes y después de la Teoría matemática de la Información).

1.1. Rasgos básicos de la comunicación

.- Estas características del concepto de comunicación implican tanto una gran riqueza como una cierta confusión en el uso del término. Para diseñar una perspectiva de la Teoría de la Comunicación, de acuerdo con los enfoques aportados desde diversas disciplinas, tenemos dos opciones:

a) Limitarnos exclusivamente al ámbito social, cultural y tecnológico de la comunicación (Sociología y tecnología de la comunicación), circunscribiéndonos al uso común del concepto como "intercambio de información".

b) Plantear previamente un concepto general de comunicación coherente con los distintos ámbitos en que es posible usar dicho concepto y delimitar las interrelaciones que se puedan dar en tales ámbitos.

.- Desde nuestro punto de vista, cuando usamos la palabra "comunicación" en nuestro mundo social usamos también en ese concepto aspectos procedentes del mundo de la vida, de la tecnología, etc. Por esta razón, creemos necesario optar por la opción b.

.- Esto implica plantear un concepto abstracto de comunicación que nos sirva de plataforma para analizar en concreto los distintos fenómenos denominados "comunicación" y comprender su importancia radical en el ámbito social.
.- En adelante analizaremos los principios básicos –la estructura epistémica– sobre los que edificar ese concepto general de comunicación.

- **Principio de relación:**
  .- Es el principal rasgo que constituye la idea de comunicación. Cualquiera que sea su sentido, la comunicación es, esencialmente, a su nivel más básico, relación, es decir, algún tipo de encuentro entre dos elementos o unidades diferenciadas. De hecho, etimológicamente comunicación (comunicatio) remite al principio de unidad funcional, de proceso de encuentro.
  .- El ámbito de la relación abarca desde la transformación física (el choque, la fricción) y la transformación lógica (la adición, la sustracción...), hasta la transformación psicosocial (la acción comprensiva, la historia).

- **Principio de diferencia/semejanza:**
  .- En tanto que relación, la comunicación presupone la capacidad fisiológica de percepción o sensibilidad de la diferencia por parte de un observador. Sólo se puede relacionar aquello que es distinguible. La comunicación es, en cierto sentido, simultáneamente tráfico y producción de diferencias.
  .- La comunicación se relaciona así con el conocimiento (cognición): atención; focalización; contraposición figura/fondo (vid. Figura 1). Sobre la diferencia se constituyen
  .- los sujetos (quién comunica: distinguimos la acción comunicativa, su duración, su naturaleza...)
  .- los objetos (qué se comunica: distinguimos los significados, las señales, los sentidos, las variaciones en la acción y los productos de esa acción como diferentes de lo que hay en el medio en que los encontramos)
  .- las relaciones de la comunicación (de qué modo se comunica: distinguimos los procesos por los cuales se producen y perciben las diferencias que hacen posible la comunicación).
  .- Gregory Bateson define la información como <u>la diferencia que hace una diferencia</u>, es decir, la interacción entre dos elementos (cambio en el entorno) que produce cambios en esos elementos.

  .- De la conjunción entre los principios de relación y diferencia se derivan otros:

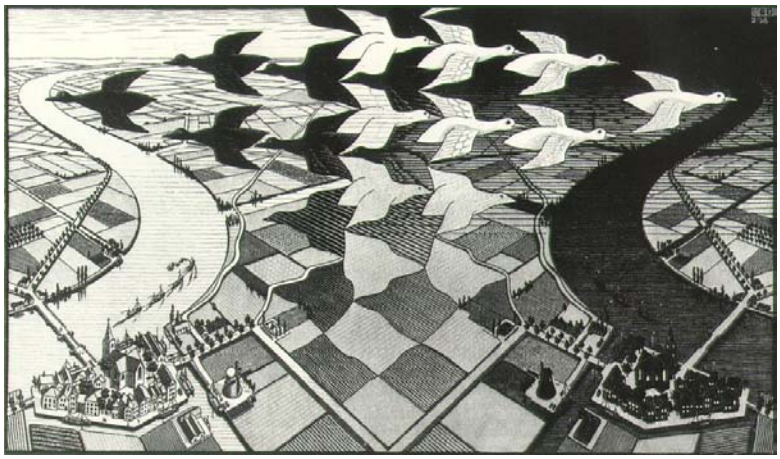
- **Estructura/forma:**
  .- Una estructura es un conjunto de partes relacionadas, en el que las partes adquieren relevancia no por su naturaleza sino por su relación con los otros elementos (vid. figura 1).
  .- La relación en el ámbito estructural da lugar a la forma. Una forma es una estructura (conjunto de partes relacionadas) percibida como un todo diferenciado.
  .- Etimológicamente información significa dar forma, es decir, resaltar, distinguir sobre un fondo. Nosotros percibimos nuestro entorno no como un conjunto de objetos independientes entre sí ni como un objeto único e indiferenciado, sino como un conjunto de estructuras y formas interrelacionadas. Esta idea es fundamental tanto para una idea de conocimiento como para una idea de comunicación.

Figura 1: LA ESTRUCTURA

Al igual que en este cuadro del pintor italiano del siglo XVII, Arcimboldo, en una estructura los elementos adquieren sentido no por lo que son, sino por su relación con los demás elementos

- **Interacción/función:**
  .- Una función es un cambio regular en la estructura, es decir, un cambio predecible en las relaciones entre elementos que afecta al conjunto. Las funciones (junto con los cambios aleatorios e impredecibles) constituyen los procesos de transformación de las estructuras.
  .- La relación en el ámbito funcional da lugar a la interacción. Cuando dos procesos se influyen mutuamente, hay interacción.
  .- Si la forma es una "estructura percibida" como un todo independiente, la "interacción percibida" como una unidad independiente es una función.

Figura 2: LA FORMA



Como ocurre en este grabado de M.C. Escher, en el fenómeno de contraposición figura/fondo se observa con claridad la caracterización de la forma como estructura diferenciada como un todo respecto de su entorno.
La relación figura/fondo es, además, un buen ejemplo de relación complementaria: no es posible definir la una sin el otro y a la inversa.

.- Los principios relacionales de la forma y la interacción hacen a su vez posibles dos aspectos esenciales a cualquier uso del concepto de comunicación:

- **Organización:**
  .- La organización resulta de la relación entre estructura (forma) y función (interacción). Consecuentemente, como se tratará en otro tema, la idea de organización se halla estrechamente ligada a la de comunicación. Algo está organizado cuando sus procesos de transformación se complementan con su estructura característica.

- **Proceso:**
  .- La relación entre forma e interacción refuerza la idea de diferencia que constituye el acto básico de la observación. La idea de 'diferencia' se halla estrechamente ligada al concepto de información.

.- En consecuencia, podemos plantear una estructura básica de los principios lógicos presentes en toda forma de comunicación, a la que denominaremos:

ESTRUCTURA EPISTÉMICA DEL CONCEPTO *COMUNICACIÓN*

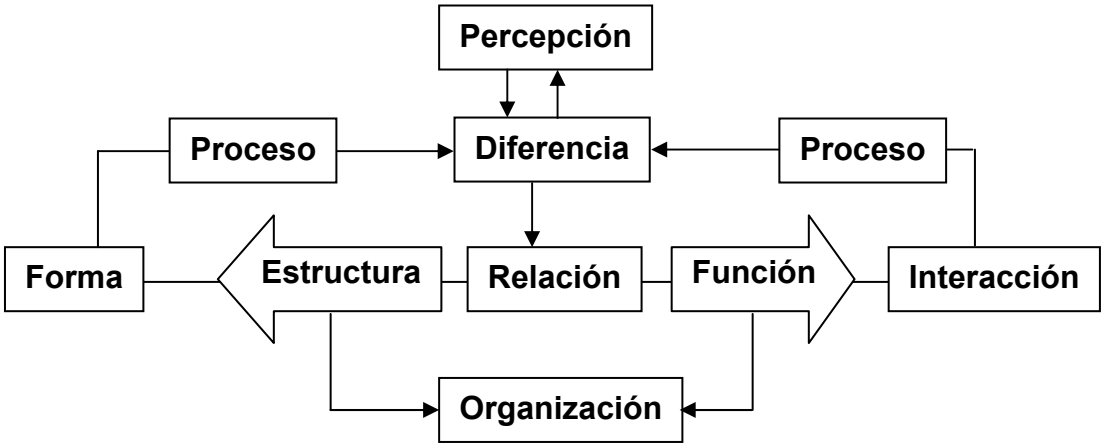


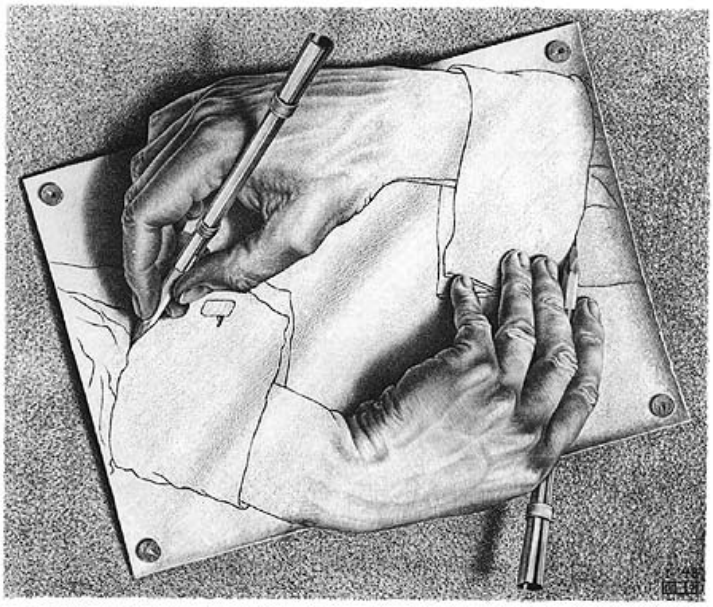
Figura 3

.- La comunicación parte de un acto de distinción (percepción de la diferencia), a partir de la cual se constituyen los "interlocutores" del fenómeno y el contexto de las relaciones posibles entre las diferencias perceptibles. Dichos "interlocutores", los "sujetos" de la comunicación, centralizan la selección de distinciones y las relaciones admisibles entre esas selecciones: son ellos quienes determinan qué objetos entran en el "juego" de la comunicación y qué relaciones son definitorias de éste. Complementariamente, el conjunto de relaciones y objetos determina qué instancias son admitidas como sujetos en el "juego" comunicacional.

.- La comunicación en un sentido profundo y general, implica a toda la variedad de fenómenos que se derivan de la convergencia de estos principios y que,

unitariamente, pueden ser incluidos bajo la denominación de **interacciones transformadoras** (Vid. Fig. 4).

Figura 4:
LA COMUNICACIÓN COMO INTERACCIÓN TRANSFORMADORA:



La idea de interacción transformadora se encuentra en la base de todo proceso comunicativo e implica la coordinación de los procesos de cambio entre dos estructuras o elementos.
Por su carácter de proceso y por involucrar la relación estructura/función, la comunicación se encuentra estrechamente relacionada con las ideas de 'organización' y 'conocimiento'

1.2. Complejidad, interdisciplinariedad y transdisciplinariedad:

.- Si desde una aproximación cotidiana e intuitiva al concepto de comunicación señalábamos como características apreciables la polisemia, la ambigüedad y la multidimensionalidad, desde el ámbito del estudio científico de la comunicación es preciso considerar otros rasgos distintivos de las ideas de comunicación e información. Estos rasgos diferenciales son la complejidad, la interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad.

- **La cuestión de la complejidad:**
  .- La comunicación es un fenómeno complejo, no sólo porque abarca distintos ámbitos, sino porque su esencia misma implica correlación, interacción, interdependencia, aspectos estos que constituyen la base misma de la idea de complejidad.

.- En términos generales, un fenómeno u objeto es complejo cuando implica una amplia e intrincada red de elementos, relaciones entre elementos y manifestaciones posibles.

- **La comunicación como fuente y objeto de interdisciplinariedad:**

.- Interdisciplinariedad es el hecho de que diferentes disciplinas compartan un mismo objeto de estudio, aportando así matices y métodos diferenciados pero complementarios para la comprensión de ese objeto o fenómeno.
.- La relevancia de los diversos fenómenos comunicacionales en diversas disciplinas y metodologías de investigación ha suscitado un vivo debate acerca de las aportaciones de unas y otras al conocimiento del fenómeno general de la comunicación. Las ideas de comunicación e información han dado lugar a una profunda y animada conversación interdisciplinar.

Ejemplo:
La trayectoria del concepto de "información". De un uso predominantemente social se pasa en los años 30 a una definición matemática del concepto, que rápidamente se extiende por las ciencias experimentales (física, biología...) y que, por el camino de la Inteligencia Artificial y los ordenadores personales, regresa a los usos sociales cargada de nuevos sentidos, de infinidad de matices. Esa trayectoria de la idea de información, con todos sus abusos y extravíos, ha contribuido también a una profundización en el concepto de comunicación: así, las teorías sobre la comunicación que se forjan en parcelas de la biología aportan novedades o suscitan el interés de aspectos relativos a la comunicación en ciencias sociales o en física, y a la inversa. El ordenador personal que solemos tener sobre nuestro escritorio es quizás uno de los resultados más tangibles y cotidianos de esta interdisciplinariedad.

.- La interdisciplinariedad se convierte en requisito de aproximación a la comunicación: no es posible definir ni estudiar la comunicación sin recurrir a las aportaciones teóricas y técnicas de una amplio conjunto de disciplinas: matemáticas, semiótica, lingüística, lógica, sociología...

- **La comunicación como ámbito de transdisciplinariedad:**

.- Con el tiempo el debate interdisciplinar se estabiliza y las propias disciplinas empiezan a perfilar sus canales de entendimiento y desarrollo: teorías comunes, líneas de investigación conjunta, etc...
.- Se perfila una trans-disciplina: un conjunto de conceptos y esquemas interpretativos común y básico para varias disciplinas.
.- Entendemos por transdisciplinariedad la relación interdisciplinar en la que diferentes disciplinas coordinan su aproximación al objeto de estudio compartido desde una transdisciplina.
.- El estudio de la comunicación es transdisciplinar cuando coordina y transforma las disciplinas que lo integran.
.- Se convierte, por así decirlo, en el 'lenguaje' a partir del cual se entienden y coordinan las disciplinas para las cuales es relevante el fenómeno de la comunicación.

.- La relación interdisciplinar se construye sobre el objeto de estudio; la relación transdisciplinar se construye sobre el lenguaje compartido.

.- En resumen, desde el ámbito científico, los estudios sobre la comunicación y la información son los protagonistas de una profunda transformación social y cultural cuyas bases se remontan a tres características:

.- Interdisciplinariedad
.- Transdisciplinariedad
.- Aplicaciones tecnológicas

.- A partir de estos tres factores la comunicación se integra con pleno derecho en un cambio de paradigma que caracteriza el siglo XX.
.-Hasta el punto de que algunos autores (Morin, Luhmann, y otros) hablan del paradigma informacional-comunicacional.

2. BASES EPISTEMOLÓGICAS PARA EL TRATAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN

2.1. Las metáforas de la comunicación: esquemas interpretativos dominantes

.- La forma de entender los procesos y fenómenos comunicativos puede ser explicada mediante *esquemas interpretativos*.
.- Los esquemas interpretativos agrupan y organizan los rasgos distintivos de los procesos comunicativos dándoles sentido. Un esquema interpretativo hace que la comunicación se entienda de una manera y no de otra; esto es, con unas características dominantes y no otras.
.- Los esquemas interpretativos funcionan como metáforas en un sentido amplio.

Ejemplo:
Cuando utilizamos para hablar sobre la mente expresiones como:

"Está a punto de perder el *control*"
"Mi cabeza *no funciona* hoy"
"Hoy me *chirrían* los *engranajes*"
"Estás un poco *oxidado*"
"Le falta un *tornillo*"
"Me *patinan* las neuronas"
"Me va a *estallar* la cabeza"

Estamos utilizando *la metáfora de la máquina* para explicar aspectos relacionados con la mente o el pensamiento. Implícitamente estamos diciendo que:
(La mente está compuesta de partes relacionadas que realizan funciones)
(La mente puede funcionar mal; funcionar despacio, o inapropiadamente)
(La mente se puede reparar; puede conseguirse que funcione adecuadamente)
(Nuestra mente realiza funciones para nosotros; es algo distinto de nosotros)

La metáfora o esquema interpretativo de la máquina selecciona y organiza aspectos o rasgos asociados a la idea de "mente".

.- Es posible distinguir dos esquemas interpretativos dominantes de los fenómenos comunicativos; es decir, dos metáforas dominantes de la comunicación; dos modos generales de entender la comunicación.
.- Las denominaremos "metáfora del intercambio o la transacción" y "metáfora de la conversación" o "metáfora de la danza".

- **La metáfora del intercambio o la transacción:**

.- Orígenes y antecedentes: La Teoría Matemática de la Información, la psicología conductista y los enfoques funcionalistas de la comunicación.
.- Los sujetos de la comunicación: Se distinguen por su función en el proceso de comunicación. Son entidades abstractas, sin historia ni contexto, determinadas exclusivamente por su función. Los sujetos de la comunicación en la metáfora del intercambio son EMISOR y RECEPTOR.
.- El proceso de la comunicación: Es concebido como un intercambio de algo (INFORMACIÓN en un MENSAJE) entre dos polos (EMISOR y RECEPTOR). Es un proceso LINEAL y UNIDIRECCIONAL, por lo que la comunicación se concibe como una sucesión de episodios o turnos de ida y vuelta de la información entre emisor y receptor (una transacción de "algo a cambio de algo"). Geométricamente la comunicación así concebida puede expresarse como una línea recta que une dos puntos.
.- Implicaciones:
.- La información es concebida como algo dado, como un objeto acabado.
.- La información es producto *exclusivo* del emisor
.- El entorno (contexto, ruido, etc.) tiene siempre y exclusivamente una función perturbadora
.- Los sujetos (emisor y receptor) son reducidos a funciones del proceso comunicativo (función de emisión y función de recepción)
.- El mensaje es la unidad de intercambio de la comunicación (en términos monetarios el mensaje es el dinero, la información es el valor). El mensaje es un concepto esquemático y cosificador que rompe la fluidez del proceso comunicativo y hace posible su compartimentación en turnos.
.- La interpretación es reducida a la codificación-decodificación, con lo que deja de ser un acto creativo para convertirse en un procedimiento mecánico.

- **La metáfora de la conversación o la danza:**

.- Orígenes y antecedentes: Los estudios sobre circularidad y retroalimentación (feedback); las teorías de psicología social y microsociología (sociologías de la vida cotidiana) con influencia antropológica como el interaccionismo simbólico, la teoría de la interacción de actores; la semiótica, etc.
.- Los sujetos de la comunicación: No se distinguen por su función, sino por su capacidad de significación y por su "competencia comunicativa", es decir, su capacidad de producir y reproducir sentidos utilizando la presuposición, la anticipación, la inferencia, etc. Son, pues, sujetos socioculturales, esencialmente comprensibles desde su historia y contexto.

.- El proceso de la comunicación: Es concebido como un proceso fluido de interacción constante, un juego de transformación mutua en el que constantemente se redefinen las situaciones y las posiciones. La comunicación es como una danza porque los movimientos de cada uno de los participantes dependen de los de todos los demás. Geométricamente podemos recurrir al círculo y a la red para expresar la naturaleza esencialmente cooperativa de la comunicación.
.- Implicaciones:
.- La información es concebida como el grado de transformación o cambio perceptible en los sujetos y en las pautas de la situación comunicativa (producción de sentido y cambios de conducta).
.- La información es co-producida por todos los participantes del proceso comunicativo.
.- El entorno (contexto, ruido, etc.) no tiene exclusivamente una función perturbadora, sino que puede resultar crucial para la construcción del sentido.
.- Los sujetos son los focos de acción del proceso comunicativo, son quienes producen y reproducen los sentidos y determinan las pautas interpretativas.
.- La interpretación creativa (re-construcción de sentidos) es el aspecto central del proceso comunicativo.

- **Sobre el uso de las metáforas de la comunicación:**

.- La metáfora del intercambio es esencialmente simplificadora. Por eso es útil para el análisis de elementos y funciones muy concretas (por ejemplo, el efecto de un mensaje singular y unidireccional, o la resistencia a interferencias en sistemas de transmisión). También, por su esquematismo, permite extender la naturaleza relacional de la comunicación a muchas clases de fenómenos (físicos, biológicos, socioculturales...).
.- La metáfora de la conversación es esencialmente complejizadora. Por eso es útil para la descripción de contextos comunicativos complejos (esencialmente socioculturales).

2.2. Epistemología y comunicación

.- La idea de comunicación no sólo afecta al objeto de conocimiento (los ámbitos donde se producen fenómenos comunicativos), sino que también afecta al método del conocimiento.
.- Los conceptos de comunicación y conocimiento aparecen relacionados desde su origen.
.- En la filosofía presocrática (Heráclito, Gorgias ...), en Platón (mito de la caverna) y en Aristóteles (Retórica), el conocimiento aparece ligado a dos aspectos esenciales de la comunicación:

.- la naturaleza de la relación entre las cosas y el cambio transformador.
.- la expresión de los conceptos y su fiabilidad.

.- La Teoría Matemática de la Información, la Teoría de Sistemas y la Cibernética introducen las ideas de comunicación e información en el corazón de la cuestión del método de conocimiento, hasta el punto de que se considera a la información como la unidad de la que se compone el conocimiento y a la comunicación como el proceso por el cual puede incrementarse el conocimiento.

.- La proximidad entre las ideas de "Sociedad de la Información" y "Sociedad del Conocimiento" en un contexto sociocultural donde las tecnologías y los procesos de comunicación son el referente básico hace patentes las profundas implicaciones del concepto.
.- La comunicación se convierte así en un concepto de relevancia epistemológica que protagoniza un cambio de paradigma en el siglo XX.

- **Epistemología**

  .- La epistemología es la disciplina de la filosofía que se ocupa del conocimiento científico. Como tal, es una rama de la filosofía de la ciencia y de la filosofía del conocimiento (gnoseología).
  .- El objeto de la epistemología es la episteme. La episteme designa en la tradición griega (Platón, Aristóteles) el "conocimiento verdadero". En la actualidad el concepto de episteme admite matices más amplios para designar "las condiciones de posibilidad del saber" (Delgado, 1992).
  .- En este sentido, pueden identificarse dos tradiciones epistemológicas: aquella más próxima a la filosofía de la ciencia, que entiende la epistemología como el estudio de las condiciones necesarias para el conocimiento objetivo (conocimiento científico); y aquella otra más próxima a la filosofía del conocimiento, que entiende la epistemología como un conocimiento del conocimiento (Morin, 1994). La historia de ambas tradiciones se perfila a lo largo del siglo XX.
  .- Dos conceptos de conocimiento:
    .- A lo largo de la historia del pensamiento occidental se han perfilado dos modos esquemáticos de entender el conocimiento:

- **El conocimiento como representación**

  .- <u>Orígenes y antecedentes</u>: El mito de la caverna de Platón, el dualismo cartesiano, Kant, la "teoría de la habitación oscura" de Locke.
  .- <u>Aspectos del concepto</u>:
    .- Concibe el conocimiento como la habilidad de sustituir lo real por modelos o "mapas" de lo real (representaciones). Estas representaciones son "objetivas" en tanto captan la verdadera naturaleza de la cosa representada.
    .- Las idea de representación como base del conocimiento era en un principio naturalista (la representación como una imagen "fotográfica" fidedigna) y lingüística (la representación como relación significante). A partir de la Teoría Matemática de la Información se introduce la "representación computacional": los símbolos de la computación se convierten en el "lenguaje" dominante de la representación cognitiva. La nueva idea de conocimiento como representación se basa por tanto en la idea de información. Así, actualmente, puede decirse que: conocimiento como representación = procesamiento de información.
  .- <u>Implicaciones</u>:
    .- Una concepción absoluta del mundo: el mundo es como es, independientemente de quien lo observe. Fundamento para el objetivismo: el observador no "pone" nada en la observación.
    .- Se separa el conocimiento de la acción: "conocer no es hacer". La separación entre conocimiento y acción se relaciona con algunos de los grandes cismas de la cultura occidental:
      .- Separación sujeto/objeto
      .- Separación teoría/praxis
      .- Separación materia/espíritu

.- Separación cuerpo/mente

- **El conocimiento como acción**

.- Orígenes y antecedentes: Heráclito, la biología aristotélica, las teorías constructivistas del conocimiento del filósofo italiano del s. XVII Giambattista Vico, la filosofía vitalista del s. XIX (Nietzsche, Bergson…)

.- Aspectos e implicaciones del concepto:

.- El conocimiento es una acción que contribuye a "dar forma" a lo conocido. En consecuencia, el acto de conocer forma parte del objeto conocido. El observador "pone" su acción organizadora y selectiva en lo observado.

.- No es posible concebir el mundo sin un conocedor.

.- El conocimiento es un proceso circular donde tienden a reunificarse los grandes cismas de la cultura occidental:

- sujeto y objeto se hacen mutuamente
- teoría y praxis se hacen mutuamente
- cuerpo y mente se hacen mutuamente

.- La dicotomía entre la idea del **conocimiento como observación** y la idea del **conocimiento como acción** introduce de lleno **el problema de la observación**. La epistemología constituye, de hecho, teorías de la observación, es decir, teorías acerca de cuáles son las relaciones admisibles entre el observador y lo observado para generar conocimiento.

- En relación con la idea de conocimiento como representación encontramos la **teoría clásica de la observación**, característica de las ciencias experimentales, según la cual el observador y la acción de observar no transforman al objeto o fenómeno observado puesto que no forman parte de él. Así ocurre, por ejemplo, con el biólogo que observa un mapa genético o con el físico que observa el comportamiento de las moléculas.

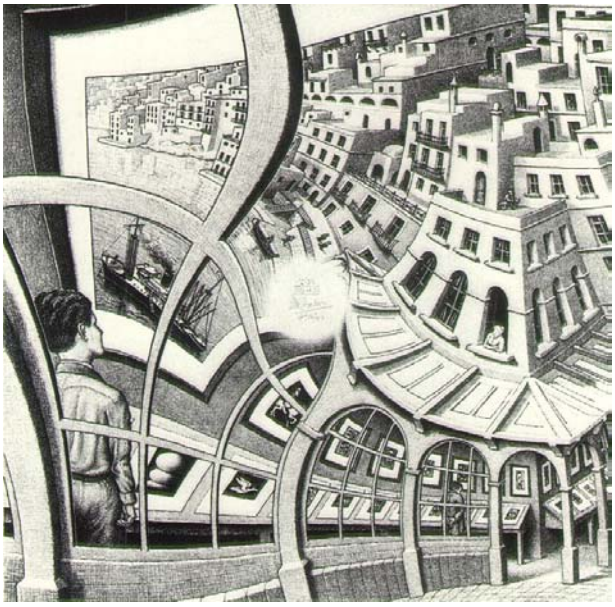


Figura 5
LA POSICIÓN DEL OBSERVADOR EN LAS CIENCIAS SOCIALES

De acuerdo con la idea del conocimiento como acción, es preciso tener en cuenta que, en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación, el observador forma parte del fenómeno observado, de tal modo que la actividad observadora transforma y afecta a los fenómenos observados, como refleja gráficamente el cuadro de MC Escher.

- En relación con la idea del conocimiento como acción encontramos **la teoría de la observación participante**, característica de las ciencias sociales y humanas, según la cual el observador y la acción de observar transforman el

fenómeno observado, puesto que forman parte de él. Así, en las ciencias sociales (y, por tanto, en el estudio de la comunicación) habremos de tener presente que el observador forma parte de los procesos observados (la sociedad, la comunicación), como refleja el dibujo de la figura 5.

3. EL LUGAR DE LA COMUNICACIÓN EN EL PENSAMIENTO CONTEMPORÁNEO: EL PARADIGMA INFORMACIONAL-COMUNICACIONAL

3.1. Paradigma

.- La idea original de paradigma como saber implícito se debe a Tomas S. Kuhn.
.- El paradigma aparece como respuesta al dilema de la evolución de las teorías científicas y su relación con los cambios sociales y culturales:

.- Solemos preguntarnos hasta dónde influye el conocimiento científico en el contexto sociocultural, pero ¿hasta dónde influye el contexto sociocultural en el conocimiento científico?

.- Kuhn articuló el concepto de paradigma en torno a tres núcleos de sentido:

.- Núcleo filosófico: el paradigma es un esquema o estilo de pensamiento.

.- Núcleo sociológico: el paradigma es un estilo de producción (institucional) y transmisión de conocimiento determinado histórica y socioculturalmente.

.- Núcleo metodológico: el paradigma es un estilo de procedimiento en la producción conocimiento científico (objetivo) independientemente de la historia y el contexto.

.- Otros autores emplean conceptos con implicaciones similares cuya denominación puede ayudarnos a comprender la idea de paradigma:

.- Ian Hacking (1981) habla de *estilos de razonamiento*

.- Quine (1988) habla de *esquemas conceptuales*.

.- Holton (1973) pone el acento en el carácter temático de la articulación del conocimiento (y, en especial, del conocimiento científico) y propone el concepto de *themata* como unidad de análisis.

.- Wittgenstein (1988), concreta la extensión de los juegos del lenguaje a la idea de *formas de vida*.

.- Hesse (1974) utiliza el concepto de *marco*, de resonancias etnometodológicas, para designar «redes complejas de conceptos interrelacionados mediante generalizaciones» (cfr. Iranzo y Blanco, 1999:107) a la manera de sistemas de metáforas.

.- Niklas Luhmann (1996) propone una idea de paradigma como *distinción directriz* (*leitdifferenz*) que estructura las posibilidades de información de la teoría en tanto articula las diferencias sobre las que ésta se constituye.

.- Maruyama (1980) propone un término alternativo: el «paisaje mental» (*mindscape*). Maruyama define cuatro grandes tipos epistemológicos, cada uno de los cuales determina sus tipos de percepción, causalidad y lógica dominantes, creando sus respectivos "paisajes mentales": homogeneístico-jerárquico-clasificador, atomístico, homeostático, morfogenético.

.- Morin (1992:218):

« Un paradigma contiene, para cualquier discurso que se efectúe bajo su imperio, los conceptos fundamentales o las categorías rectoras de la

inteligibilidad al mismo tiempo que el tipo de relaciones lógicas de atracción/repulsión (conjunción, disyunción, implicación u otras) entre esos conceptos o categorías. [...] Los sistemas de ideas [noológicos] están radicalmente organizados en virtud de los paradigmas»

.- El paradigma en su sentido más abierto, por tanto, organiza la acción y el producto de conocer al tiempo que se constituye en ella:

.- organiza semánticamente (organiza sentidos)

.- lógicamente (organiza relaciones)

.- ideológicamente (organiza emociones y afectividades respecto de los sentidos y las operaciones lógicas).

.- La comunicación y la información constituyen la base del paradigma dominante en la ciencia y la técnica actuales. En consecuencia, puede decirse que el pensamiento científico y tecnológico actual se rige por el ***paradigma informacional-comunicacional***.

3.2. El paradigma informacional-comunicacional

.- La importancia de los conceptos "información" y "comunicación" en el pensamiento, la ciencia y la tecnología es anterior a la aparición de disciplinas específicamente dedicadas a la información y la comunicación.

.- A lo largo de los ss. XIX y XX diversos ámbitos del pensamiento convergen hacia temas y problemas relacionados con la comunicación/información:

.- La antropología:

- Malinowski, Levi-Strauss, o Whorf elaboran hipótesis sobre las relaciones entre cultura y formas de comunicación, así como sobre las relaciones entre lenguaje y pensamiento.

.- La filosofía:

- A finales del siglo XIX la escuela neopositivista centra su atención en la importancia de la estructura formal (lógica) del pensamiento. El lenguaje formal es el único que tiene sentido verdadero. El neopositivismo sienta las bases para el trasvase del conocimiento como representación del terreno filosófico al experimental (neurofisiología de la percepción, computación e inteligencia artificial).

- Durante la segunda mitad del s.XX (en parte gracias a la importancia concedida al lenguaje por el neopositivismo) tiene lugar el denominado "giro lingüístico". El lenguaje, la forma de comunicar las cosas, pasan a ser cuestiones decisivas de la filosofía.

.- La lógica:

- A finales del s. XIX se intentan explicar los fundamentos de la matemática (su coherencia interna) desde el punto de vista de la lógica. Se pasa así de ser la lógica una parte de las matemáticas a ser éstas una parte de la lógica. El teorema de Gödel acaba con el sueño de una matemática coherente y cerrada e introduce en el corazón de las matemáticas y la lógica el problema de la autorreferencia (paradoja del barbero).

- La autorreferencia y el automatismo lógico son cruciales en el desarrollo de la computación y de los estudios sobre retroalimentación.

.- En psicología y neurofisiología:

- Las aportaciones funcionales del conductismo convergen con las de la lógica de la representación (computación y lenguajes formales) en el terreno incipiente de los estudios sobre percepción y cognición que configurarán el embrión de las posteriores ciencias cognitivas.
- En el terreno de la psicología social, y en consonancia con los estudios en antropología, surgen diversas teorías acerca de la función mediadora del lenguaje y la comunicación respecto del conocimiento (Vygotski, Mead, etc.)
.- La biología:
- Con la aparición de la etología (estudio del comportamiento animal) se remarca la importancia de las conductas comunicativas para el desarrollo de las especies y las relaciones con el medio.
- El estudio de las conductas comunicativas animales hace posible el estudio de las sociedades animales bajo nuevos puntos de vista, dando así origen a la sociobiología.
- Al mismo tiempo, la constatación de la trama de interrelaciones generalizadas entre los diversos elementos del medio ambiente y su organización compleja da lugar al nacimiento de la ecología, en la que la comunicación juega el papel de ley universal.
- La biología molecular (genética) adopta a principios de la segunda mitad del s. XX el modelo comunicacional (transmisión, codificación, descodificación) para explicar la dinámica de la determinación genética de la reproducción.

.- Siguiendo a Wolton (1999) y a Morin (1994), se aprecia una diferencia entre la dimensión técnica o funcinal y la dimensión sociocultural del paradigma comunicaciónal-informacional, o, en otros términos, de la centralidad de los conceptos de información y comunicación en el pensamiento contemporáneo. Hasta tal punto que podríamos hablar de:

a) Un paradigma informacional, que pone en juego la dimensión de 'transmisión de información' y sus componentes técnicos y que en la actualidad se aplica profusamente en genética y Biología Molecular, Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, metodologías de análisis social (como sondeos, etc.), economía, etc.
b) Un paradigma comunicacional, que pone en juego la dimensión de 'coordinación de transformaciones' y sus componentes organizacionales directamente ligados a la cuestión de la complejidad y que en la actualidad se aplica en el ámbito de la ecología, la sociología aplicada, la gestión cultural, el análisis sistémico, la comunicación estratégica, la planificación y la modelización de fenómenos complejos (como los movimientos sociales).

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Lectura y análisis del texto de Klaus Krippendorff titulado "Principales metáforas de la comunicación y algunas reflexiones constructivistas acerca de su utilización", en Pakman, M. (Comp.) (1998). *Construcciones de la experiencia Humana*. Vol II. Barcelona, Ed. Gedisa.

- Aplicación de los modelos o esquemas interpretativos dominantes de la comunicación al discurso de los medios sobre su actividad y función social. Selección y análisis de un texto periodístico (libro de estilo de un medio de comunicación) y de un texto sobre ciencia y tecnología.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- ECHEVARRÍA, Javier. *Introducción a la metodología de la ciencia*. Edit. Cátedra. Madrid [1999]
- LAKOFF, George y JOHNSON, Mark. *Metáforas de la vida cotidiana*. Edit. Cátedra. Madrid [1981].
- MATTELART, A. *La invención de la comunicación*. Barcelona, Bosch (1995)
- MATURANA, Humberto y VARELA, Franciso. *El árbol del conocimiento : las bases* biológicas del conocimiento humano. Edit : Debate. Madrid (1991) [1989]
- MAYOR, Juan & PINILLOS, J.L. *Comunicación y Lenguaje*. Madrid, Ed. Alambra (1991).
- MORIN, Edgar. *Introducción al pensamiento complejo*. Edit.Gedisa. Barcelona (1994)
- MORIN, Edgar. *El Método II. La vida de la vida*. Edit. Cátedra. Madrid (1997) [1980].
- WOLTON, D., 199, *Sobre la Comunicación*, Madrid, Acento.

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- ¿Cuáles son las principales características del concepto de comunicación, tanto desde la perspectiva de su uso cotidiano como desde la perspectiva de su estudio científico? ¿Qué relación existe entre ellas?
- ¿Cómo denominamos a la relación entre estructura y función?
- ¿Por qué podemos afirmar la estrecha relación entre las ideas de 'comunicación', 'organización' y 'conocimiento'?
- ¿Qué relación existe entre las metáforas de la comunicación y los esquemas o modelos dominantes de la idea de 'conocimiento'?
- ¿Puede hablarse de un paradigma informacional-comunicacional en la actualidad? ¿Qué implica?

BLOQUE I
MODELOS Y TEORÍAS GENERALES DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

2 El marco epistémico de la comunicación (I): La perspectiva técnico-funcional

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Plantear los conceptos esenciales de las teorías de origen matemático-lógico que más han influido en el estudio de la comunicación: la Teoría Matemática de la Información, la Teoría General de Sistemas y la Cibernética
- Comprender cómo el marco conceptual de esos enfoques ha constituido las bases de la perspectiva funcionalista de los estudios sobre comunicación y cómo su desarrollo ha influido también en otros enfoques de origen matemático-lógico, como el constructivista.
- Proporcionar los conceptos necesarios para la comprensión de las relaciones existentes entre tecnología, comunicación y sociedad, decisivos para el análisis de los medios de comunicación de masas y el desarrollo tecnológico contemporáneo.
- Proporcionar las herramientas conceptuales necesarias para una reflexión crítica sobre conceptos tradicionalmente asumidos como los de información, transmisión, codificación, retroalimentación, etc.

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. LA TEORÍA MATEMÁTICA DE LA INFORMACIÓN

1.1. Contexto y antecedentes científico-lógicos

.- A finales de los años 30 convergen en el terreno de la ingeniería una serie de líneas de investigación relacionadas con:

a) La lógica binaria
- La lógica binaria es la lógica construida sobre dos valores absolutos, simbólicamente representados por 1 y 0 (todo/nada; conectado/desconectado; presencia/ausencia).

- Tiene su origen en la lógica aristotélica: La ley del tercio excluso (una cosa sólo puede ser o ella misma o su contraria) y la ley de no contradicción (una cosa no puede ser a la vez ella misma y su contraria)
- La lógica binaria es una lógica simplificadora porque limita el número de opciones al mínimo posible.

b) La transmisión de señales
- A principios de siglo la telefonía y la telegrafía capitalizan la investigación en comunicación, orientando el interés hacia una serie de problemas típicos:
    - Aumentar la velocidad de transmisión
    - Reducir las pérdidas de señal

c) La estadística (medición de probabilidades)
- En 1928 R.V. Hartley utiliza por primera vez el concepto de "transmisión de información" para definir la comunicación.
- También fue el primero en definir la información como "selección sucesiva de signos o palabras de una lista dada", con lo que:
    a) eliminaba la cuestión del significado de la definición de información
    b) definía por vez primera la información por su valor estadístico: la información quedaba así relacionada con la frecuencia de aparición de las señales.
    c) al definir la información por su valor estadístico, la idea de información quedaba asociada a la idea de "novedad" o "imprevisibilidad"

.- En el marco de esa corriente tiene lugar la aparición de la TI sobre un modelo "técnico" general de comunicación. Así, a finales de los años 40 la Bell Society inicia una línea de investigación que introduce un cambio significativo en el concepto de comunicación: plantea el problema de la fiabilidad de la transmisión como aspecto constitutivo de la información.

.- En ese contexto de investigación se perfila el <u>modelo técnico general de la comunicación</u>, a partir del cual Shannon y Weaver configuran su teoría:

EN RESUMEN, las condiciones antecedentes de la Teoría Matemática de la Comunicación son:

1. Preocupación por la medida cuantificable del orden (estadística)
2. Preocupación por la comunicación en el ámbito de la telegrafía y la telefonía (información como transmisión de señal)
3. Formalización mediante lógica binaria.

.- Sobre estos antecedentes el ingeniero Claude Shannon y el matemático Warren Weaver publican en 1949 su Teoría Matemática de la Comunicación, que contribuirá a cambiar radicalmente el panorama científico y tecnológico occidental en menos de medio siglo.

1.2. Postulados y conceptos básicos:

a) El modelo de la comunicación en TI

.- El esquema básico de la comunicación que completa el modelo elemental E-M-R, de acuerdo con la teoría de Shannon y Weaver, es:

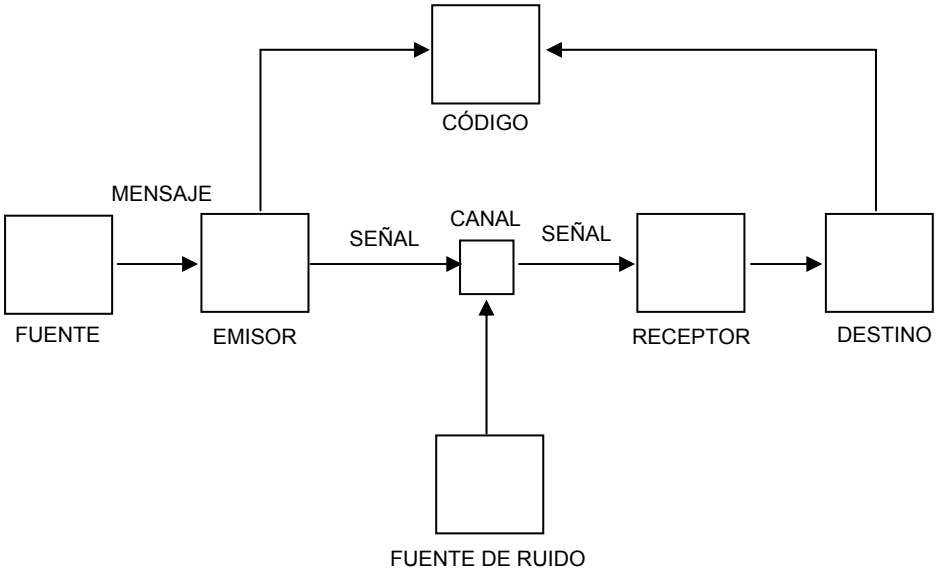


Figura 1

b) Los conceptos fundamentales:

.- La **comunicación** es definida por Shannon y Weaver como la transmisión de información en un mensaje entre dos instancias (receptor y emisor) por medio de un canal en un contexto que afecta a la transmisión.

.- La fuente o repertorio es el conjunto de signos disponibles para constituir el mensaje y el tipo de relación que existe entre ellos.

- Ejemplo: la cara y la cruz en una moneda; los puntos en un dado de seis caras; el alfabeto...

.- La fuente se distingue del código en que es previa a la constitución del mensaje, mientras que el código es posterior (el código "transcribe" el mensaje para poder transmitirlo de forma más eficaz y adaptada al canal).

.- Cada una de las señales tiene un grado determinado frecuencia de aparición.

.- A la frecuencia de aparición se la llama también probabilidad de aparición y hace referencia a la probabilidad de que aparezca una señal dada en una cadena de señales determinada.

- Por ejemplo, la probabilidad de que aparezca una "U" después de una "Q" en castellano es máxima.
- La señal con más probabilidad de aparición en castellano (la letra más usada) es la "E".

.- El caso más simple es el de una fuente en la que todas las señales tienen la misma probabilidad de aparición.

- Ejemplo: la cara y la cruz en una moneda tienen la misma probabilidad de aparición, el 50%.

.- El hecho de que las probabilidades de aparición de las distintas señales sean diferentes se debe a la aplicación de reglas de relación (sintaxis) entre las señales. Es decir, cuando existen reglas que ordenan la relación entre las señales, la frecuencia de aparición de las señales deja de ser la misma.

.- El Emisor es una instancia objetiva que no tiene que ver con un sujeto, sino con una función. Es el punto de partida de la transmisión, donde:

a) Se produce el mensaje mediante la selección de una serie de señales
b) Se codifica el mensaje mediante un código

.- La Señal es el carácter o símbolo que es objeto de la transmisión.

.- Unidades de transmisión discretas cuantificables y computables independientemente del significado.

.- Cada uno de los símbolos que componen la fuente o repertorio.

.- El código puede ser también un sistema de señales (por ejemplo, el Morse)

.- El Mensaje es el conjunto de señales seleccionado por la acción del emisor.

.- El Canal es el soporte físico de la señal.

.- El Código es el sistema de transcripción que permite enviar el mensaje. Un código es a un canal lo que un transformador a una transmisión eléctrica. La principal diferencia entre fuente y código es que éste permite optimizar el uso del canal: Las características del canal exigen muchas veces la codificación, al ser ésta la única manera en que la señal puede viajar por él.

.- Ejemplo: el Morse es el código en que transformamos el mensaje original (configurado a partir de la fuente que llamamos alfabeto) para poder transmitirlo eficazmente por vía telegráfica.

.- El lenguaje de unos y ceros (lenguaje binario) utilizado en tecnología digital es un código.

.- El Receptor es una instancia objetiva que no tiene que ver con un sujeto, sino con una función. Es el punto de llegada de la transmisión y la instancia descodificadora.

.- El Destino es el punto de convergencia del proceso de comunicación. Todo el proceso comunicativo se organiza en función del destino: el canal, el mensaje, el código, el contexto, etc...

.- El destino es la instancia descodificadora, es decir, la que transforma nuevamente la transmisión codificada en mensaje.

.- El Ruido:

.- El ruido es todo factor externo a la comunicación que afecta negativamente a ésta.

.- Ruido es lo que solemos denominar "interferencias" y hace referencia a cualquier distorsión de la transmisión de la señal que afecte a la integridad del mensaje.

.- El ruido es, pues, "el lado oscuro" de la información, lo que podríamos denominar como "anti-información" (el carácter especular entre información y ruido viene avalado por el hecho de que su medida matemática es equivalente).

.- Si desde una aproximación cotidiana e intuitiva al concepto de comunicación señalábamos como características apreciables la polisemia, la ambigüedad y la multidimensionalidad, desde el ámbito del estudio científico de la comunicación es preciso considerar otros rasgos distintivos de las ideas de comunicación e información. Estos rasgos diferenciales son la complejidad, la interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad.

- **El concepto de información**

.- El valor estadístico de la información viene asociado a la probabilidad de selección de una señal dada en una lista o repertorio de señales.
.- La vinculación entre la idea de información y las ideas de novedad e imprevisibilidad involucra a las instancias de la comunicación, emisor y receptor:

.- Para el emisor la información equivale al grado de libertad en la selección de las señales.

.- Para el receptor, la información equivale al grado de novedad o sorpresa del mensaje.

.- La información como medida cuantificable hace así referencia a:

a) la probabilidad de selección de una señal en un repertorio de señales (contenido informativo de la fuente)
b) la probabilidad de ocurrencia de una señal en un mensaje dado (contenido informativo del mensaje)

.- La fórmula utilizada para la expresión de esa medida es:

$$H_{bits} = -N \sum_{i=1}^{n} p_i \log_2 p_i$$

Donde:

H = medida de la información

$\sum_{i=1}^{n}$ = suma de todas las señales o términos (*i*) desde el primero (1) hasta el enésimo (n)

p_i = la probabilidad de cada señal *i*.

N = es el número de ocurrencias posibles

.- La información es proporcional al logaritmo binario de la probabilidad de cada señal del mensaje.

.- Cuando todas las señales de un mensaje tienen la misma probabilidad de ocurrencia, la cantidad de información de ese mensaje es máxima.

El hecho de que utilicemos una moneda para decidir aleatoriamente sobre una situación con dos opciones está relacionado con la idea de que la equiprobabilidad implica máxima información. Utilizamos la moneda como "generador de aleatoriedad" precisamente porque la información que

aporta cada signo es máxima, es decir, que la impredicibilidad de salga cada signo es máxima.
En el caso del dado la improbabilidad es también la misma para cada señal, pero al ser más signos (seis), el valor de imprevisibilidad es mayor y, por tanto, el repertorio tiene más contenido informativo (puede generar más mensajes con información).

.- La unidad básica cuantificable de información es el bit (contracción de *binary digit*). Un bit es el valor de una elección entre dos alternativas equiprobables (el mínimo posible de alternativas).

- **La redundancia**

.- Una de las maneras de asegurar la supervivencia del mensaje (es decir, de la serie de señales) frente a las interferencias y distorsiones del contexto es la de ampliar la serie de señales de manera que se repitan.
.- El problema añadido es que entonces o bien se incrementa el número señales del mensaje (y con ello se incrementa el coste de la transmisión) o bien se reduce la información que contiene el mensaje.

Ejemplo:
Disponemos de una serie de 6 señales para transmitir.
Si transmitimos una serie como ABCDEF, transmitimos mucha información (cada señal aporta un alto índice de novedad), pero cualquier interferencia (ruido) afecta a la integridad total del mensaje y, consecuentemente, perdemos mucha información.
Si transmitimos una serie como ABABAB, transmitimos menos información (AB), pero en cambio aumentamos las probabilidades de que el mensaje llegue íntegro a pesar de las interferencias (ruido).

.- Debe pues existir en toda comunicación un equilibrio entre información y redundancia: una información máxima con una redundancia mínima hacen muy probable que el mensaje se pierda; y una redundancia máxima no deja espacio para la información en el mensaje.
.- En este sentido puede decirse que la redundancia, aunque supone una reducción de la información, supone también una garantía de éxito de la comunicación.
.- La redundancia se mide mediante la fórmula:

$$R = \frac{H_0 - H}{H_0}$$

.- Donde la redundancia (R) equivale a la reducción informativa ($H \square H_0$) respecto a la cantidad de información que podría haberse transmitido mediante la misma cantidad de señales si todas ellas hubiesen sido igualmente probables (información máxima = H_0).

¿Por qué no se llama a la puerta menos de dos veces? Justamente para neutralizar el ruido ambiente, evitar la ambigüedad y garantizar la efectiva transmisión del mensaje. La redundancia puede ser entendida como simple

> repetición; es causada por un exceso de reglas que confiere a la comunicación un cierto coeficiente de seguridad [...]. Hay sistemas no redundantes, sistemas íntegramente informacionales que agotan todas las posibilidades combinatorias de la fuente: los sistemas numéricos, por ejemplo. Si erramos en un número dígito de un cálculo matemático [...] tendremos información errónea, porque el sistema no posee margen absorbente de ruido. No ocurre lo mismo con otros sistemas, como las lenguas... (Pignatari, 1977:41)

- **La entropía**

.- La entropía es un concepto que procede de la termodinámica y ha sido desarrollado por Carnot, Clausius y Boltzman.
.- Es una medida del grado de desorden que se da entre elementos (partículas) contenidos en un sistema cerrado.
.- La entropía es una función siempre creciente en la naturaleza, o lo que es lo mismo, el desorden es siempre más probable que el orden y, consecuentemente, todos los sistemas evolucionan hacia el desorden.

> Un buen ejemplo es lo que ocurre al barajar un mazo de cartas: comenzando por el conjunto de la baraja ordenado (por palos y figuras), la barajadura tiende a introducir mayor desorden (entropía) en su disposición. Si se comienza a barajar un mazo desordenado es altamente improbable que la barajada lo ordene. Existen, en suma, más disposiciones desordenadas que ordenadas, el desorden es más probable que el orden en un mazo de cartas. (Abril, 1997:19)

.- La entropía es entonces la medida inversa de la improbabilidad de una configuración: cuanto más ordenada esté una configuración, tanto más improbable será.

> Con la teoría de la información, en vez de probabilidades de presencia de moléculas en un estado dado, se trata de modo más general de probabilidades de presencia de signos en un lugar dado de un mensaje, tras haber aclarado que tales signos y mensajes sólo son analizados en función de dichas probabilidades sin que su significación se tenga nunca en cuenta. La probabilidad de presencia de un signo sirve para medir la cantidad de información –sin significación- aportada por ese signo: cuanto más probable es, a priori, en un mensaje, la aparición de un signo particular, más informativa es, a posteriori, su aparición. A la inversa, si era seguro, a priori, que el signo debía encontrarse así, su aparición no aportaría, a posteriori, ninguna información suplementaria. (Atlan, 1990:35-36)

.- La vinculación entre entropía (probabilidad=desorden creciente) e información (improbabilidad = orden decreciente) han llevado a algunos autores (Boltzmann, Brillouin, Szilard) a describir la información como medida cuantificable del orden.

.- Al operar como medida del orden, la noción estadística de información proporciona un referente valioso para una ***medida cuantificable de la complejidad de un sistema***.

Para la TI la complejidad equivale a la no compresibilidad: algo complejo es algo que no se puede comprimir o resumir en un algoritmo.

.- En términos de información cuantificable, cuantas más señales requiera el algoritmo que "resume" un sistema, tanto más complejo será este. En otras palabras, cuanto más larga sea su descripción, tanto más complejo será.

.- La TI permite así elaborar una medida cuantificable de complejidad que se denomina complejidad algorítmica y que es matemáticamente equivalente al contenido informacional de un sistema: un sistema con mucha información y poca redundancia es más complejo que un sistema con poca información y mucha redundancia.

1.3. Aportaciones y limitaciones de la TI

a) Extensión y aportaciones de la TI

.- Una vez que fue publicada, la TI tuvo una aceptación sin precedentes en el mundo científico. Su utilidad en el ámbito de las ingenierías, y muy especialmente de la ingeniería de las telecomunicaciones, era incuestionable. Permitió mejorar los sistemas de transmisión y codificación de señales.

.- Su utilización en el ámbito de las ciencias humanas fue también muy rápido: Jakobson no tardó en adoptar el modelo comunicacional de la TI para la lingüística y el esquema E-M-R junto con la vinculación entre *forma*, *disposición de elementos* (estructura) e *información* tuvo una notable influencia en la configuración del Estructuralismo como corriente de pensamiento.

.- A partir de las incorporaciones de Jakobson en lingüística y de Lévy-Strauss en antropología, los procesos de comunicación humana pasaron a ser entendidos como un intercambio sucesivo de mensajes con información. El modelo se extendió a la psicología y a la sociología.

.- Los primeros estudios sobre comunicación colectiva, nacidos al amparo de la psicología y la sociología en los años 30-40, adoptaron también el modelo comunicacional de la TI.

.- En el terreno teórico supuso una revolución porque permitió cuantificar en cadena una serie de variables cuya medida había sido hasta entonces tan necesaria como problemática: información, orden, complejidad... Variables cuya definición era complicada en el terreno de las ciencias experimentales, pero que resultaba extremadamente compleja en el caso de las ciencias humanas.

.- Pero además, sirvió de base para la construcción de los primeros circuitos lógicos, las primeras máquinas de calcular y, finalmente, las primeras computadoras. La TI es el fundamento lógico de la tecnología digital.

.- Al servir como base para el planteamiento de la computación como nueva forma de representación, agregó una serie de disciplinas en torno a lo que se llamó ciencias cognitivas (psicología, lingüística, biología, matemáticas, inteligencia artificial,

neurociencias, etc). La hipótesis básica de las ciencias cognitivas era la de concebir el conocimiento como una forma de computación, o, en términos de la TI, como el procesamiento de información.

b) Carencias y problemas

- **El problema del significado**

.- La primera carencia de la TI se pone de manifiesto cuando es trasladada a las ciencias humanas y especialmente al ámbito de la comunicación humana. Se trata del problema del significado.

.- Efectivamente, la comunicación humana no puede ser concebida sin referencia al significado. En el significado convergen sus rasgos. Sin embargo, la TI plantea una concepción meramente técnica y procesual de la comunicación en la que el significado es sustituido por la novedad estadística (información) o su ausencia (redundancia).

.- Algunos autores (Atlan) han planteado entonces la necesidad de encontrar una medida cuantificable del significado, de modo que sea posible abstraer el problema del significado del ámbito de lo humano. A esta cuestión se refería G. Bateson cuando definió la información como "la diferencia que hace una diferencia": la señal es una mera diferencia, sólo cuando a través de ésta se opera un cambio en quien la recibe puede hablarse de significado y, por tanto, de información.

- **El problema de la organización**

.- La concepción de la TI que plantea la información como medida del orden también implica serios problemas teóricos y conceptuales. La asociación entre orden, información e imprevisibilidad conduce a una concepción mecánica de la organización: un código sencillo nunca podrá generar una estructura compleja del mismo modo que una baraja de seis cartas nunca podrá generar un juego más complejo que una baraja de cuarenta cartas.

.- Sin embargo, en la Naturaleza son frecuentes los ejemplos en los que sistemas con poca información generan organizaciones muy complejas. Así, por ejemplo, el genoma del trigo contiene más bits que el genoma del hombre.

c) El problema de la unidad de medida

.- La lógica binaria es además discutible como medida base para una medida del orden y/o la complejidad.

.- Su simplicidad tiene la virtud de hacerla casi universalmente válida. Pero esa misma simplicidad hace que ignoremos aspectos importantes de la organización de los fenómenos cuando aplicamos la lógica binaria. En muchas ocasiones, ante un problema dado, reducir un espectro de opciones a una alternativa de dos puede simplificar la comprensión, pero también puede conducir a errores. A esto nos referimos cuando afirmamos que las cosas "no son ni blancas ni negras, sino de todos los colores entre medias". Este carácter simplificador o reduccionista de la medida

binaria está íntimamente relacionado con el problema de la organización comentado anteriormente.

- **El problema de la entropía creciente**

.- De acuerdo con la TI, la entropía de un sistema de comunicación sólo puede ser creciente. Esto quiere decir que en una comunicación (en una transmisión de información), incluso si recurrimos a la redundancia, la información siempre perderá terreno frente al ruido.

.- En otras palabras, de acuerdo con la TI, en un tiempo suficiente en una comunicación, la información está condenada a desaparecer.

> Este principio es algo parecido a un proceso de copia: imaginemos que tenemos una hoja con una figura. A medida que hacemos copias a partir del original, según vamos haciendo copias de copias de copias, etc, éstas van perdiendo calidad hasta que llegará un punto en que la figura copiada desaparezca o sea imposible reconocerla.

.- Esto supone que, a menos que se introduzca información "desde fuera", ningún sistema de comunicación puede garantizar su supervivencia. Sin embargo, en la Naturaleza encontramos ejemplos de sistemas que constantemente renuevan su potencial informativo, sistemas que se organizan a sí mismos.

.- Esta idea se encuentra relacionada con los problemas de la organización y la unidad de medida: sólo si concebimos la información como algo dado, transmitido íntegramente de una parte a otra de la comunicación, puede aplicarse el ejemplo de la copia. En contra de esta idea puede argumentarse que el contexto no sólo introduce ruido, sino que en muchas ocasiones hace posible reconstruir la información dañada.

.- Consecuencia: la comunicación no es un proceso aislado, sino interrelacionado. Por eso es posible concebir que el contexto contribuye a la producción de información y no sólo a su destrucción.

2. LA TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS

2.1. Antecedentes

.- La idea de sistema cuenta con una larga tradición, que se remonta a los orígenes de la filosofía, la lógica y las matemáticas: en las sentencias de Aristóteles, Anaxágoras, Heráclito y muchos otros aparece ya encubierta una noción vaga de sistema como conjunto de elementos relacionados que componen un todo.

.- En la década de los 40, la idea de sistema se perfila como un referente común para el interés investigador de varias ciencias. En esa década, diversas ciencias (la física, la biología, la sociología, la psicología, la lingüística, etc...) perfilan la descripción de sus respectivos objetos de estudio en términos de sistema: así, la biología se ocupa de los sistemas vivos, la física de los sistemas de objetos, la psicología de los sistemas mentales y conceptuales, la sociología de los sistemas sociales, la lingüística de los sistemas lingüísticos, etc...

.- El biólogo y matemático Ludwig von Bertalanffy se planteó si era posible concebir una lógica de funcionamiento general para todo sistema, independientemente de su aplicación empírica. Es decir ¿funcionan de la misma manera todos los sistemas, independientemente de si son sistemas sociales, biológicos o mecánicos? ¿Qué tienen en común un sistema social, como, por ejemplo, un Estado, y un sistema mecánico, como por ejemplo, un reloj?

.- Von Bertalanffy plantea así la necesidad de constituir una ciencia de los sistemas a la que denominará Teoría General de Sistemas (TGS).

> La Teoría General de Sistemas es una teoría lógico-matemática que se propone formular y derivar aquellos principios generales aplicables a todos los sistemas.
>
> (von Bertalanffy, 1978:34)

.- Se propone sustituir la idea de objeto por la de sistema: las ciencias estudian sistemas y relaciones de sistemas, no objetos aislados.

> **APORTACIONES DE LA TGS:**
>
> - Observar el mundo como un conjunto de fenómenos individuales relacionados en lugar de aislados, donde la complejidad adquiere interés.
> - Haber demostrado que ciertos conceptos, principios y métodos no dependen de la naturaleza específica de los fenómenos implicados. Todo este bagaje conceptual es aplicable a diversos campos de la ciencia, las artes, la ingeniería, las artes y las humanidades. De ahí que surjan lazos entre las distintas disciplinas clásicas, que podrán compartir varios principios, conceptos, modelos, ideas y métodos.
> - Abrir, a través de investigaciones generales, nuevas posibilidades (principios, paradigmas, métodos) a disciplinas específicas
>
> (Klir, 1978:26)

.- La TGS propicia el encuentro entre los dos grandes modelos de sistema a los que ha recurrido el ser humano para explicar su mundo: la máquina y el organismo.

MAQUINA (SISTEMA SIMPLE)	ORGANISMO (SISTEMA COMPLEJO)
- La Función determina la Estructura - La organización procede del exterior - Las propiedades son agregadas desde fuera - El producto es independiente de la historia del sistema - Sistema abierto o sistema cerrado - Determinismo funcional	- Función y Estructura se determinan mutuamente - La organización es producto de su funcionamiento (son sistemas autoorganizados) - El producto forma parte de la historia del sistema - Emergencia/Constreñimiento de propiedades en los elementos - Sistema simultáneamente abierto y cerrado - Determinismo estructural

.- La TGS se perfila así como el marco teórico general en el que es posible entender otras teorías como la TI. En este sentido, puede considerarse la TI como una aplicación específica de la TGS.

.- En las ciencias sociales (Parsons, Luhmann, Buckley) la idea de sistema va a permitir:

a) Simplificar y organizar la enorme complejidad de su objeto de estudio: la sociedad
b) sistematizar y estructurar las teorías
c) facilitar la aplicación práctica de las teorías
d) desarrollar nuevas metodologías de la investigación

.- Consecuentemente, los estudios sobre comunicación social se van a preocupar, en primera instancia, de analizar los sistemas comunicativos que caracterizan una de las principales funciones de los sistemas sociales. En otros términos, los estudios sobre comunicación parten de los siguientes supuestos:

a) La sociedad como un "sistema de sistemas" en el que se realizan diversas funciones interrelacionadas.
b) La comunicación como una de las principales funciones del sistema social

.- El concepto de sistema funciona también como "modelo", es decir como una reproducción esquemática del objeto o fenómeno estudiado que pretende explicar y reproducir su funcionamiento. Por esta razón la idea de sistema se utiliza para el estudio de fenómenos complejos, como es el caso de los fenómenos sociales.

.- La comunicación, en su sentido más general, forma parte de la dinámica de interacción entre sistemas y entre sistema y entorno.

2.2. El concepto de sistema

> Un sistema, en tanto que conjunto de elementos relacionados entre sí y con el medio ambiente, es un modelo de naturaleza general, esto es, una representación conceptual de ciertos caracteres más bien universales de entidades observadas.
>
> (Von Bertalanffy, 1978:40-41)

.- Un sistema es un conjunto de elementos relacionados entre sí que:

a) cumple una o varias funciones
b) tiene una historia de variaciones de estado
c) (mantiene una relación complementaria con un entorno)*

>> *La relación sistema/entorno es definitoria de los sistemas naturales (ver más adelante)

> Un sistema es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, cuya unidad le viene dada por los rasgos de esa interacción y cuyas propiedades son siempre diferentes de la suma de las propiedades de los elementos del conjunto
>
> (Izuzquiza, 1990:145)

.- ***Entorno*** es todo aquello que no es el sistema y que interviene necesariamente en su existencia. Entorno es también el ámbito de interacción de los sistemas. En la medida en que un sistema se relaciona con un entorno y cambia, es decir, evoluciona y tiene su propia historia, un sistema es también:

> Un conjunto de estados y de transiciones entre estados (Orchard, 1978:253)

.- Un sistema se define por una relación específica entre su estructura y su operación (función) que llamamos ***organización***.

.- Tanto en Sociología como en CC. de la Comunicación nos interesa en particular aquella clase de sistemas que denominamos complejos

- **Propiedades de los sistemas complejos**

a) Apertura/clausura:

.- Un sistema es abierto cuando intercambia materia, energía y/o información con el entorno. El concepto de frontera o borde es clave en la definición de todo sistema o, mejor, de toda relación sistema/entorno.

.- Un sistema es cerrado cuando no intercambia materia, energía ni información con el entorno. En la Naturaleza no existen los sistemas cerrados. Sin embargo, cierto grado de clausura es un requisito de existencia de cualquier sistema

natural. Así, en el mundo natural, la existencia del sistema depende de la *complementariedad apertura/clausura*.

.- La frontera (la piel, la membrana, o el marco, son ejemplos de fronteras) resulta así el punto donde convergen estos dos requisitos contradictorios y necesarios para el sistema: la frontera es el punto donde el sistema se cierra para diferenciar su propia organización, pero es también el punto donde se abre para interaccionar con el entorno y hacer posible con ello su organización.

b) *Interacción:*

.- En la medida en que se relaciona con el entorno y con otros sistemas, un sistema evoluciona de manera coordinada con aquéllos: se encuentra expuesto a los cambios producidos por ellos.

c) *Determinismo estructural*

.- Los cambios afectan a la estructura de un sistema, es decir, a los elementos y relaciones que lo componen.

.- La estructura marca los límites y posibilidades de los cambios a que puede somerterse un sistema: un sistema no puede cambiar de una forma que no sea posible para su estructura.

d) *Organización*

.- Cuando el cambio afecta a la organización del sistema, éste deja de existir como tal. Un sistema es lo que es su organización.

e) *Historia:*

.- Cómo el sistema afronta los cambios en su entorno transformándose con ellos es lo que constituye la historia del sistema.

.- La propiedad que consiste en que su historia deje huella en su estructura se denomina *histéresis*.

.- La existencia del sistema depende de una *complementariedad entre cambio y estabilidad*.

f) *Acoplamiento estructural:*

.- La historia del sistema es la historia de los cambios de su estructura

.- Cuando las "historias" (procesos de cambio) de dos sistemas se coordinan en un momento determinado, tenemos lo que hemos llamado una *interacción*. La relación entre oferta y demanda en los sistemas económicos de libre mercado es un buen ejemplo de interacción.

.- Cuando se coordinan de manera que no pueden ocurrir en adelante la una sin la otra, tenemos un *acoplamiento estructural*. Una relación simbiótica es un ejemplo de acoplamiento estructural.

.- Las ideas de interacción y acoplamiento estructural (en su sentido de transformación regular coordinada) se encuentran en la base de las ideas de comunicación y adaptación.

- **La relación sistema/entorno y la organización a través de la interacción:**

.- Debido a su utilidad en la descripción de fenómenos complejos, como es el caso de los fenómenos sociales y comunicacionales, nos interesan especialmente los sistemas que hemos llamado complejos: sistemas complementariamente abiertos/cerrados, con historia, con propiedades emergentes y que interactúan con su entorno para mantener su organización.

.- Debido al carácter complementario de los caracteres apertura/clausura y cambio/estabilidad en los sistemas complejos, éstos no pueden ser concebidos separadamente de su entorno, como tampoco es posible concebir el entorno en el

que existen sin la actividad de los sistemas complejos. El caso de las relaciones entre Naturaleza y Sociedad es un ejemplo de esta dependencia.

.- En esos casos, sistema y entorno forman una unidad de organización: el sistema complejo se organiza a partir de las interacciones con su entorno en un proceso adaptativo (que integra orden y desorden procedentes del entorno) y transformador de ambos que hace posible la producción de orden u organización interna del sistema (vid. fig. 1).

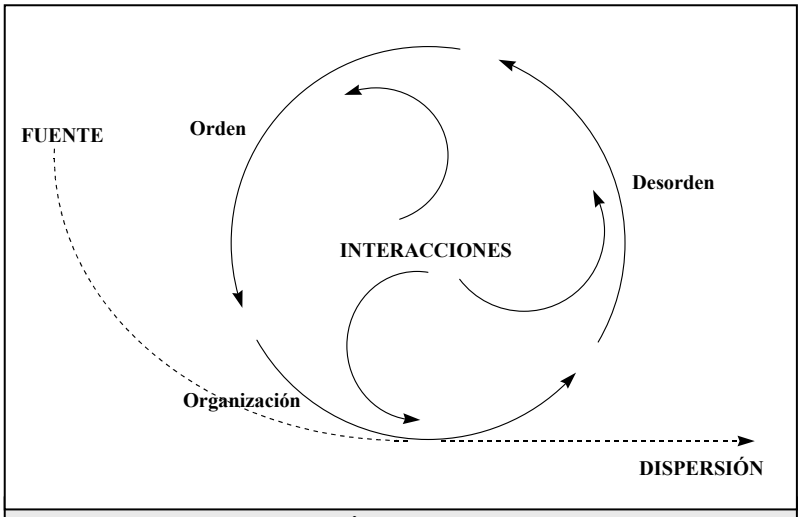


Figura 1:
Interacción sistema/entorno y producción de orden en los sistemas complejos (Fuente: Morin:1993)

.- Este principio es la base de la Ecología y de nuevos enfoques en sociología. La Ecología y la Sociología son ciencias basadas en el estudio de fenómenos de relación sistema/entorno y fenómenos de interacción entre sistemas en los que se producen dinámicas de organización.

3. LA CIBERNÉTICA

3.1. Antecedentes

.- A partir de las aportaciones de la TGS de Von Bertalanffy y la TI de Shannon y Weaver, en los años 40 se desarrolla una nueva disciplina dedicada al estudio de una clase particular de sistemas: los sistemas recursivos.

.- Durante la Segunda Guerra Mundial se planteó la necesidad de diseñar sistemas de disparo que fueran capaces de prever la trayectoria del blanco móvil. Esto implicaba la incorporación de un sistema corrector de trayectoria que tuviera en cuenta la posición y velocidad del disparo respecto de la posición y velocidad del blanco.

.- El sistema corrector de disparo es un caso particular de un grupo característico de sistemas que se diferencian porque integran los efectos de su operación en su funcionamiento. Otro caso típico es el de los termostatos.

.- En 1947, Norbert Wiener, W.R. Ashby y W. Rosenblueth perfilan la disciplina que recibirá el nombre de Cibernética.

3.2. La ciencia de la comunicación y el control

.- Wiener describe la Cibernética como "la ciencia de la comunicación y el control en el animal y en la máquina". La palabra cibernética procede del griego *Kybernetes*, que designaba el piloto o timonel de una nave. Platón utilizó el término para hablar del "arte del gobierno" como el arte del control.

.- Como ocurre en el caso de los sistemas de corrección de disparo y en los termostatos, la Cibernética se ocupa de estudiar los sistemas con causalidad circular.

.- Los sistemas con causalidad circular son los sistemas capaces de integrar en su funcionamiento los efectos producidos por su propio funcionamiento o, en otros términos, convierten los efectos de su funcionamiento en causas de su funcionamiento: los mecanismos de ajuste o autocorrección como el termostato, por ejemplo, implican que el sistema es capaz de "percibir" los efectos que produce y que esa "percepción" se convierte en variable de funcionamiento.

.- Ese carácter de causalidad circular (integrar los resultados de una operación para corregirla) introduce un matiz de autocontrol en esta clase de sistema.

.- Este grado de autocontrol necesita de constante transmisión de la información de unas partes a otras del sistema: el termostato "percibe" la temperatura ambiente resultante de su funcionamiento y la "traduce" a información, que permite que el sistema funcione en un sentido o en otro (activar o desactivar). Por eso Wiener define la Cibernética como "ciencia de la comunicación y el control".

3.3. El Feed-back o retroalimentación

.- Este flujo circular de la información entre el sistema (la máquina o el animal) y su entorno es lo que Ashby denominó ***feed-back***, ***retroalimentación, o retroacción***.

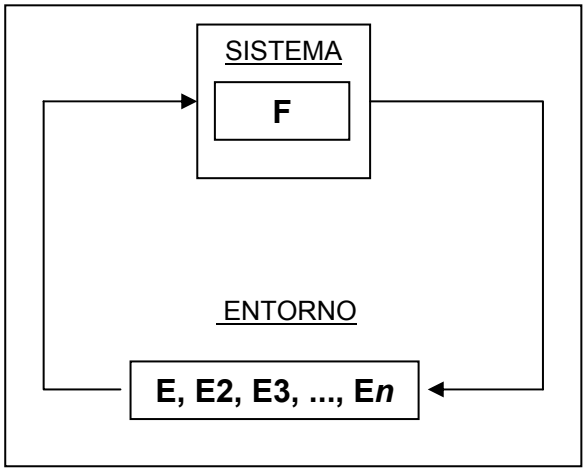
.- Llamamos, pues, feed-back o retroalimentación al proceso por el cual los efectos producidos por una función afectan a la ejecución misma de esa función (ver figura 2).

.- Existe un feed-back negativo y un feed-back positivo: El feed-back negativo designa la tendencia del sistema a conservar su estabilidad o equilibrio; el feed-back positivo designa la tendencia al cambio o inestabilidad

Ejemplo: en la evolución de las poblaciones, el feed-back negativo es el que hace que la población se mantenga en un número más o menos estable, en equilibrio con los recursos del medio, y el feed-back positivo es el que hace que se pierda el equilibrio entre la población y el medio. Así, normalmente, existe un equilibrio entre la población y los recursos del medio por el que ambos se renuevan cíclicamente. Sin embargo, cuando una población aumenta anormalmente (feed-back positivo), se desencadena una dinámica de feed-back negativo, las posibilidades de nacimiento de nuevos individuos se incrementan exponencialmente (feed-back positivo), pero el consiguiente consumo de recursos por parte de la población creciente, hace también que, pasado un cierto nivel, se desencadene el feed-back negativo y la población disminuya por falta de alimentación.

.- El feed-back negativo funciona como un mecanismo de corrección: en él la información sobre el efecto sirve para corregir la diferencia o desviación entre la previsión (la "norma" del sistema) y el efecto realmente acontecido.
.- El feed-back positivo funciona como un mecanismo de desviación: en él la información sobre el efecto sirve para acentuar la desviación respecto de la previsión o la "norma" del sistema.

Figura 2: EL PROCESO DE FEED-BACK
Un sistema S ejecuta una función F, que produce un efecto E, el cual afecta a la función F, produciendo un efecto E2, etc...



.- El concepto de feed-back revolucionó la psicología y la sociología: es posible entender la sociedad como un sistema que mantiene su equilibrio mediante múltiples redes de autocontrol (por ejemplo, el Estado o la organización política, la organización económica, etc...) e, igualmente, es posible entender los procesos revolucionarios como procesos de retroalimentación positiva que alejan a las sociedades del equilibrio e inutilizan sus mecanismos de autocontrol. Asimismo, el control policial puede operar en unas determinadas condiciones como feed-back negativo, en tanto permite garantizar un umbral de seguridad, o como feed-back positivo, cuando el control es excesivo y desencadena reacciones y desorden.

.- Con la incorporación del feed-back a la sociología y la psicología, el concepto se convierte también en crucial para los estudios sobre comunicación colectiva: por definición, en el ámbito de la comunicación humana, todos los sistemas comunicativos tienen feed-back.

.- La comunicación humana es, además, la base de todos los sistemas de retroalimentación negativa (mantenimiento del equilibrio) de los sistemas sociales.

.- El papel "retroalimentador" de los medios de comunicación colectiva se convierte a partir de entonces en uno de los principales objetos de estudio de las incipientes Ciencias de la Comunicación.

.- Paralelamente, la incorporación del concepto de Feed-Back a la comunicación propicia una vuelta a los aspectos psicológicos, sociológicos y simbólicos de la idea de comunicación, que será especialmente propugnada por la Escuela de Palo Alto.

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Identificación de un sistema social concreto y definición de sus elementos, funciones, procesos y dinámicas de feed-back negativo y positivo. Valoración de la relevancia y diversidad de formas de la comunicación en dichos procesos.

- Identificar las formas de feed-back entre un tipo de usuario determinado y un medio de comunicación dado.

- Contextualizar los supuestos de la Teoría de la Información y de la Teoría de Sistemas respecto de las metáforas de la comunicación reseñadas en el tema 1.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- BUCKLEY, W. *La sociología y la teoría moderna de los sistemas*, Buenos Aires, Amorrortu (1977).
- LUHMANN, Niklas. *Introducción a la teoría de Sistemas*, Edit. Anthropos-Universidad Iberoamericana. Mexico (1996)
- MATTELART, A & MATTELART, M. *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona, Paidós (1994)
- MATTELART, A. *La invención de la comunicación*. Barcelona, Bosch (1995)
- MATTELART, A., 2002, *Historia de la Sociedad de la Información*, Barcelona, Paidós.
- MATURANA, Humberto y VARELA, Franciso. *El árbol del conocimiento : las bases* biológicas del conocimiento humano. Edit : Debate. Madrid (1991) [1989]
- MAYOR, Juan & PINILLOS, J.L. *Comunicación y Lenguaje*. Madrid, Ed. Alambra (1991).
- MORIN, Edgar. *Introducción al pensamiento complejo*. Edit.Gedisa. Barcelona (1994)
- MORIN, Edgar. *El Método II. La naturaleza de la Naturaleza*. Edit. Cátedra. Madrid (1997) [1980].

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- Define el concepto matemático de información
- ¿Porqué el concepto matemático de información omite toda referencia al significado?
- ¿Qué relación existe entre la Teoría Matemática de la Información y la concepción común de la comunicación de masas?
- ¿Qué diferencia se plantea al aproximarse a un fenómeno en términos de 'objeto' y en términos de 'sistema'?
- ¿Qué distingue a los sistemas simples de los sistemas complejos?
- ¿Cómo se concibe la comunicación desde la perspectiva de la Teoría General de Sistemas?
- ¿Qué tipos de complementariedades caracterizan a los sistemas complejos?
- ¿Cuál es la relación entre Teoría General de Sistemas y Cibernética?
- ¿Cuál es la principal aportación de la Cibernética a los estudios sobre comunicación?

BLOQUE I
MODELOS Y TEORÍAS GENERALES DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

3 El marco epistémico de la comunicación (II): El bucle psico-socio-cultural

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Comprender el contexto biológico y antropológico de la comunicación humana y su conexión con los presupuestos epistemológicos de naturaleza funcional expuestos en los temas anteriores.
- Comprender la condición esencial de la comunicación en el proceso cognitivo que da lugar a la relación constituyente entre individuo y sociedad.
- Reconocer la naturaleza esencialmente comunicacional de todo fenómeno social en la naturaleza.
- Reconocer los elementos comunes y distintivos de la comunicación animal y humana así como su relación con los principios organizacionales de la comunicación y la información.
- Reconocer las conexiones y paralelismos existentes entre la filogénesis y la ontogénesis de las conductas comunicativas.
- Proporcionar los criterios suficientes para la evaluación crítica del alcance del concepto comunicación en los diferentes ámbitos fenoménicos y, en concreto, en el marco del dilema entre pancomunicacinismo y antropocomunicacionismo.

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. LENGUAJE, SOCIEDAD Y COGNICIÓN: LA CONSTITUCIÓN SOCIAL DE LA INDIVIDUALIDAD AUTOCONSCIENTE

1.1. Las bases biológicas del fenómeno social

.- En términos generales, una sociedad es un sistema organizado en el que diversos individuos coordinan sus acciones hasta constituir una *codependencia existencial*.

.- Esa codependencia generalizada, que de acuerdo con la teoría de sistemas hemos llamado acoplamiento estructural, supone un conjunto de interacciones

a) recurrentes: es decir, regulares, repetibles
b) exclusivas: es decir, que sólo se pueden llevar a cabo entre esos individuos y en esas condiciones
c) y necesarias: es decir, que son vitales para la existencia del individuo y/o del grupo

.- Estas interacciones se expresan en la forma de procesos de coordinación de conductas o *coordinación conductual*.

.- En tanto que sistema organizado, las conductas en un sistema social son modos de realización de funciones.

.- Llamamos ***comunicación*** en un sistema social al *desencadenamiento mutuo de conductas coordinadas entre los miembros de ese sistema a través de una conducta especializada en esa coordinación*. Todos los sistemas sociales disponen de una conducta especializada en la coordinación de conductas, esto es, de una conducta comunicativa. Por esa razón, la comunicación es el fenómeno fundacional de todo sistema social

.- Desde esta perspectiva general, son sociedades todos los acoplamientos estructurales entre organismos fisiológicamente independientes dotados de un sistema de conductas comunicativas. Esta definición excluye del concepto de sociedad:

a) organismos pluricelulares, órganos o agrupaciones celulares funcionalmente especializadas
b) relaciones simbióticas
c) relaciones parasitarias

.- Hemos visto que un sistema social resulta de la coordinación conductual de sus miembros sobre la base de la comunicación. En consecuencia, la variedad de conductas posibles de cada miembro es crucial para determinar la riqueza y complejidad del sistema social.

.- A esa variedad de conductas posibles se le llama ***plasticidad conductual***. La plasticidad conductual está directamente relacionada con la complejidad del sistema nervioso: cuanto más complejo es un sistema nervioso, tanto mayor es el espectro de conductas posibles para un organismo.

.- El caso de las sociedades de insectos es característico de *sociedades rígidas*, donde los individuos:

a) tienen un sistema nervioso muy simple
b) carecen de plasticidad conductual
c) sus conductas y la función que desempeñan vienen determinadas por sus diferencias fisiológicas (obreros, reproductores, soldados, cuidadores de larvas, etc...)

.- En los vertebrados (y especialmente en el caso de los mamíferos), los grupos sociales son más complejos y flexibles porque:

a) tienen un sistema nervioso más desarrollado
b) poseen mayor plasticidad conductual

c) sus diferencias fisiológicas se limitan a afectar exclusivamente a la función reproductiva y, en consecuencia, las funciones que desempeñan (conductas coordinadas) vienen determinadas por sus historias individuales en el seno del grupo.

.- Así son posibles coordinaciones conductuales típicamente sociales como la huida o la caza en manadas, la vigilancia, el cortejo, la crianza o el juego.

.- Las sociedades humanas son, evidentemente, las más flexibles y complejas porque:

a) el *homo sapiens* posee el sistema nervioso más complejo que existe
b) la variedad de conductas posibles es casi infinita
c) ninguna conducta es posible sin tener en cuenta la historia de cada individuo
d) el peso de las conductas aprendidas es mucho mayor que el de las conductas heredadas
e) la cultura pone a disposición del grupo y de cada individuo un conjunto cambiante de conductas posibles
f) los lenguajes humanos (verbales y no verbales) multiplican el alcance de la comunicación en las sociedades humanas: por lenguaje entendemos la conducta especializada en la coordinación de conductas y constituye la esencia de la comunicación humana.

1.2. Individuo, sociedad y cognición

.- La relación existente entre individuo, sociedad y cognición humanos es de mutua constitución: no es posible concebir ninguno de estos términos sin apelar a los otros dos.

.- En el punto 1.1 hemos delimitado un concepto genérico de sistema social, en el que la comunicación (entendida como coordinación conductual que posibilita el acoplamiento estructural) constituye la condición de posibilidad de lo social.

.- Sin embargo, tradicionalmente, el tratamiento de la comunicación en terreno de lo social involucra conceptos característicamente humanos, como el de individuo (o sujeto), el de sociedad compleja y el de cognición. Del mismo modo que es posible trazar una línea evolutiva de las sociedades como fenómenos naturales a la sociedad humana como fenómeno singularmente complejo, es posible trazar también una línea evolutiva similar respecto de los conceptos de individuo (o sujeto) y cognición.

.- El *individuo*, de acuerdo con el enfoque sociológico tradicional, es la unidad mínima funcional del sistema social. Acostumbra a asociarse al organismo entendido como unidad fisiológicamente independiente. En el ámbito de las sociedades humanas, se asocia tradicionalmente el individuo a la persona física, aunque algunos autores consideran individuos transpersonales (que 'atraviesan' a muchas personas, como por ejemplo, la identidad de género, la identidad de clase, etc.) y sujetos sociales colectivos (instituciones, etc.).

.- Por *cognición* entenderemos, de forma general, el proceso de adecuación (o interacción con conservación de la adaptación) entre el individuo (o el grupo) y el medio. En definitiva, en un sentido amplio, conocer supone interactuar con el medio

de modo que se garantice un equilibrio estable entre el grupo, el individuo y el propio medio. Desde el ámbito de la cibernética, Wiener ilustra esta concepción de la cognición estrechamente vinculada a la idea sistémica de comunicación:

> Damos el nombre de información al contenido de lo que es objeto de intercambio con el mundo externo, mientras nos ajustamos a él y hacemos que se acomode a nosotros. El proceso de recibir y utilizar información, consiste en ajustarnos a las contingencias de nuestro medio y vivir de manera efectiva dentro de él... Vivir de manera efectiva significa poseer la información adecuada. Así pues, la comunicación y la regulación constituyen la esencia de la vida interior del hombre tanto como de su vida social
>
> N. Wierner. Cibernética y Sociedad. 1969:18

.- Pues bien, la vinculación existente entre esos cuatro conceptos (sujeto individual, sociedad, cognición y comunicación) es generalmente aceptada como decisiva en la naturaleza humana, incluso desde enfoques y teorías contrapuestos, e incluso cuando no se asume la línea evolutiva natural y se plantea lo específicamente humano como una ruptura singular.

.- A lo largo del tema veremos cómo desde distintos enfoques (interaccionismo simbólico, epistemología genética, constructivismo vygotskiano, etc), se plantea el vínculo que se expresa en la figura 1:

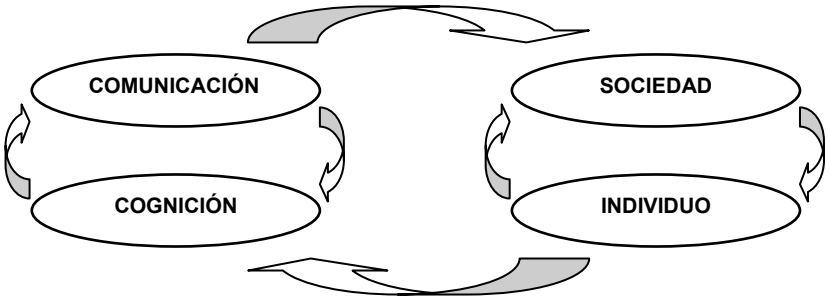


Figura 1

.- Consecuentemente, plantearemos que, característicamente en el ámbito de lo humano, no es posible concebir al individuo y sus capacidades cognitiva y comunicativa sin atender a su entorno social, como no es posible concebir la sociedad humana sin atender al papel comunicativo y cognitivo ejercido por el individuo.

.- Es, precisamente la naturaleza específica de esa complementariedad entre sociedad e individuo en las sociedades humanas, la que plantea la necesidad de especificar el concepto de comunicación más allá de la perspectiva de la interacción coordinada.

2. LA ESPECIFICIDAD DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

2.1. Dos perspectivas conceptuales divergentes

.- La complejidad de las sociedades humanas se halla fundada en la enorme plasticidad conductual que caracteriza a los individuos de nuestra especie y que, a su vez, hace posible, la aparición y desarrollo de la cultura y el lenguaje.

.- En este sentido, algunos autores (Martín Serrano, Piñuel, etc.) consideran que no es posible concebir como comunicación la mera coordinación de actos, y en consecuencia, distinguen entre

a) Actos ejecutivos: aquellos que tienen como fin la realización de un cambio en el entorno
b) Actos comunicativos: aquellos que tienen como fin la realización de un cambio en la conducta de otro sujeto por alguna clase de mediación semántica.

.- En este contexto hace su aparición el concepto de significación (de 'querer decir' o 'hacer ver' como criterio básico a la hora de definir la comunicación. Así, una agresión entre dos lobos adultos o un apareamiento entre palomas implicaría esencialmente una coordinación de actos ejecutivos (aunque involucraría algunos actos comunicativos). Por el contrario, una 'falsa pelea' (juego) entre lobeznos o un cortejo entre palomas implicaría esencialmente una coordinación de actos comunicativos.

.- El problema, obviamente, radica en la volatilidad del concepto de significación: por ejemplo, el ritual de limpieza de piojos entre los chimpancés adultos ¿constituye una cadena de actos ejecutivos o bien de actos expresivos? Probablemente se trate de una conducta de doble naturaleza en la que es difícil deslindar el componente ejecutivo del expresivo.

.- Se perfilan así dos conceptos enfrentados de comunicación:

a) El que hemos visto en 1.1. (coherente con la perspectiva sistémica) pone el acento en la coordinación de interacciones.
b) El que hemos considerado ahora pone el acento en la transmisión intencional de significado.

.- La perspectiva propia de la teoría de sistemas, que equipara comunicación a toda interacción transformadora, es denominada en ocasiones como ***pancomunicacionista***, pues tiende a concebir cualquier fenómeno interaccional en términos de comunicación. Tal es el caso, por ejemplo, de la Escuela de Palo Alto.

.- Aquella otra perspectiva que distingue entre acciones ejecutivas y expresivas y que centra su concepto de comunicación en la transmisión de significado (y, por tanto esencialmente restringida al ámbito de lo humano) es denominada ***antropocomunicacionismo***.

.- Sin embargo, la definición genérica de ***comunicación como conducta especializada en la coordinación de conductas,*** resuelve la aparente contradicción que plantea la

distinción entre conductas ejecutivas y expresivas. De hecho, toda conducta expresiva se plantea como una evolución de conductas ejecutivas.

.- En cualquier caso, la significación y su producto por antonomasia, el significado, se perfilan como los criterios distintivos de la comunicación humana como forma compleja de comunicación en sociedad, si bien no debemos olvidar las bases lógica y natural de la comunicación en tanto que fenómeno universal.

2.2. De la comunicación animal y a la comunicación humana

.- Las sociedades animales disponen también de sistemas de comunicación, es decir, de conductas orientadas a la coordinación de conductas, tanto entre sus miembros (mediante el uso de códigos intraspecíficos) como con miembros de otras especies (mediante el uso de códigos interespecíficos).

.- En términos generales y sobre la base de una amplia variedad de códigos (visuales, motores, cromáticos, auditivos, olfativos, etc), la ***comunicación animal*** se caracteriza por:

a) ***presencia***: los objetos y los sujetos de la comunicación suelen estar presentes en el acto de la comunicación. La comunicación animal es eminentemente situacional: es una situación ambiental la que la desencadena.
Por ejemplo, en el caso de la alerta ante el predador, en el cortejo o en la coordinación de la cacería.

b) ***inmediatez***: el referente de la comunicación, es decir aquello a lo que se refiere la comunicación, es inmediato, se encuentra presente en la situación de comunicación, por lo que ésta es esencialmente declarativa o indicativa. Nuevamente la naturaleza situacional de la comunicación animal es decisiva aquí: no sólo la desencadena una situación ambiental, sino que ésta es predominantemente inmediata a la situación comunicativa.
Por ejemplo, en la alerta, en el cortejo, o en la caza, la situación a que hace referencia la comunicación es inmediata: está sucediendo o va a suceder próxima al momento de la comunicación

c) ***indicación***: la referencia es siempre evidente debido a la inmediatez y la presencia del referente. En sus formas menos sofisticadas, la comunicación animal es una conducta señaladota, orientadora de la atención de los otros y desencadenadora de conductas específicas.
Por ejemplo, la referencia al predador en la alerta, o al apareamiento en el cortejo es esencialmente indicativa, declara la inmediatez del objeto respecto al cual se articula la situación comunicativa y desencadena la conducta de la huída o de la agresión.

.- Como veremos, las condiciones evolutivas de los sistemas de comunicación se encuentran estrechamente vinculadas a la complejidad del sistema nervioso de los individuos de un sistema social y a la complejidad de éste.

.- ***La comunicación humana***, en este sentido, se presenta como una forma de comunicación prioritariamente articulada sobre el significado (sentido) en sistemas lingüísticos que forman parte esencial de los sistemas culturales y que se caracteriza por:

a) El carácter de conducta simbólica aprendida:

.- El lenguaje entendido como conducta especializada en la coordinación de conductas, es decir, como conducta comunicativa especializada no heredada.

.- El símbolo permite ampliar el universo relevante para el individuo y el grupo más allá de los límites perceptivos.

.- El símbolo permite instrumentalizar el entorno.

.- El símbolo permite instrumentalizar las propias conductas y transmitirlas a través del tiempo y el espacio.

b) El carácter intencional:

.- La intencionalidad comunicativa debe entenderse en su sentido fenomenológico y no como exclusivamente relativa a la intención. En este sentido la comunicación humana es siempre 'sobre algo', tiene una naturaleza implicatoria de los sujetos participantes (principio de simetría) y de su universo cultural. En tanto que fundada sobre el sentido, la comunicación humana implica siempre "algo para alguien".

.- Además, toda comunicación humana es intencional en tanto en cuanto requiere interpretación. La comunicación humana presupone el reconocimiento y la voluntad interpretativa.

.- La intencionalidad pone de manifiesto, como veremos, la relación entre individuo y sociedad por la vía de la complementariedad yo/otro.

.- La intención pone en juego la capacidad instrumentalizadora del símbolo: la comunicación ayuda a definir el mundo y a actuar sobre él. Los sujetos sociales son sujetos lingüísticos e intencionales; todo lo demás son objetos sociales.

c) El carácter recursivo:

.- Toda comunicación humana es recursiva hasta límites definibles sólo en la situación comunicativa.

.- Toda comunicación exige interpretación y toda interpretación recurre a otra comunicación.

.- El carácter recursivo y simbólico de la comunicación humana ha producido una nueva esfera de existencia exclusiva del ser humano: el ámbito de los significados, que Yuri Lotman ha denominado *semiosfera*.

.- Es desde esa semiosfera, desde ese "mundo del signo", desde donde el ser humano organiza su existencia y su interacción con el medio. La comunicación es, pues, el principal ámbito de existencia del hombre.

2.3. Individuo, comunicación y sociedad: la perspectiva de George Herbert Mead

.- George Herbert Mead ha sido, probablemente, uno de los autores que más ha incidido en el profundo vínculo entre la comunicación, el individuo y la sociedad. Su

obra ha sido crucial para entender las relaciones entre sociedad e identidad individual.

.- Mead es uno de los primeros teóricos del interaccionismo simbólico, que concibe lo específicamente humano como relativo a la producción e intercambio de sentidos y significados mediante símbolos. Es, pues, la comunicación humana en tanto que interacción simbólica la que hace posible que aparezcan los dos fenómenos singularmente humanos: el individuo (la mente, la personalidad) y la sociedad.

.- Para Mead, el *yo* humano es intrínsecamente social y se diferencia por su carácter reflexivo: es un *yo social autoconsciente* (*Self*)

.- En otras palabras, lo que distingue en primer lugar al ser humano es su consciencia de sí. Pero no nacemos con esa consciencia de sí, sino que es constituida en sociedad. Para Mead, el individuo consciente y pensante es lógicamente imposible sin un todo social que le precede (Ritzer, 2001).

.- De acuerdo con Mead, la sociedad y la comunicación responden al mismo principio básico: *la capacidad de adoptar la actitud del otro*, *el punto de vista del otro*. De este modo, lo social humano es un fenómeno intersubjetivo que permite constituir sujetos sociales. No extraña, pues, que Mead defina en ocasiones el entorno social específico como *el otro generalizado*.

.- Para que se cumpla el requisito social y comunicacional de poder "adoptar la actitud del otro" es necesaria una percepción reflexiva del yo (el individuo percibiéndose como individualidad diferenciada) y, en consecuencia, una distinción entre en yo y el otro.

.- Esa separación hace posible "objetivar el yo": desdoblarlo para poder contemplarlo y ponerlo en contacto con los otros. Como en un juego de espejos, miramos nuestro reflejo en el reflejo del otro.

.- Ese "yo objetivado" constituye la parte de la que somos conscientes cuando actuamos en sociedad y, al mismo tiempo, constituye el punto de encuentro entre nuestro yo íntimo y el "otro" que perciben los demás en la interacción social.

.- El yo social autoconsciente es, además, la condición de posibilidad del conocimiento tal y como lo entendemos en sociedad: comunicación, socialización y personalidad se desarrollan correlativamente.

.- De la misma manera que la aparición de la cultura corre paralela al desarrollo de las habilidades cognitivas de la especie (*homo sapiens*), la aparición del yo social corre paralela al desarrollo de habilidades cognitivas en el niño.

3. LA PERSPECTIVA GENÉTICA DE LA COMUNICACIÓN: DEL ANIMAL AL HOMBRE; DEL BEBÉ AL ADULTO

3.1. Filogénesis de la comunicación humana

.- Las conductas comunicativas, es decir, las conductas coordinadas con otras conductas, se dan en todos los grupos sociales, incluidas las sociedades animales.

.- En la mayoría de los animales sociales, las conductas comunicativas son conductas heredadas: responden a instintos (conductas funcionales) genéticamente determinados que cumplen la función comunicativa. Tal es el caso de la trofolaxis (comunicación mediante sustancias químicas) o del 'baile' de las abejas. También ocurre lo mismo con las manadas de cazadores (lobos, hienas, etc...), los grupos de vigilancia frente a depredadores o los rituales de cortejo y crianza.

.- En algunos animales se dan conductas aprendidas, aunque generalmente a muy pequeña escala. Más raras aún son las conductas comunicativas (y por tanto, socialmente relevantes) aprendidas.

.- Los grandes primates (fundamentalmente gorilas, chimpancés y bonobos) sí han desarrollado una amplia gama de conductas aprendidas asociadas a una cierta complejidad social donde es posible observar ya roles sociales, luchas por el poder, guerras, rituales de sublimación de la violencia y aprendizaje en el uso de herramientas. Algunos antropólogos hablan de "cultura" para referirse a este capital de conocimientos sociales aprendidos.

.- Todas esas conductas aprendidas, en la medida en que se coordinan entre sí para formar el entramado social, son concebibles como conductas comunicativas. Sin embargo, de momento no parece que los grandes primates disfruten de un lenguaje en el sentido de una conducta generalizada especializada en la coordinación de conductas sociales.

.- Las sociedades de primates nos revelan muchas cosas sobre el camino que va de los primeros homínidos hasta el *homo sapiens*, al que caracteriza la doble complejidad individual-psicológica y social-comunicativa.

.- Tal y como se refleja en el esquema de la figura 2, la trayectoria de los primeros homínidos al homo sapiens aparece caracterizada por una gran multitud de aspectos interrelacionados, procedentes a su vez de dos grandes fuentes complementarias de cambio: los cambios en el ecosistema (adaptación) y los cambios genéticos (mutación).

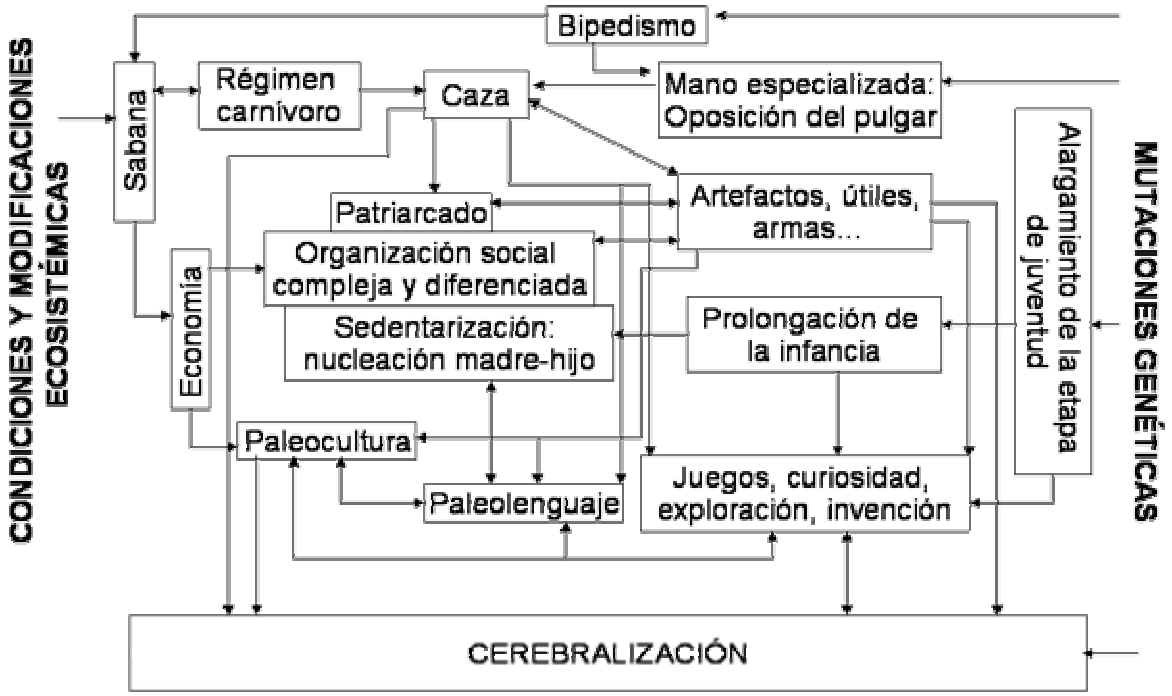


FIGURA 2:
FACTORES DE INCIDENCIA EN EL PROCESO DE HOMINIZACIÓN

.- La aparición de la conducta lingüística se encuentra directamente relacionada con:

a) la aparición de una paleo-cultura, o un conjunto amplio de conductas aprendidas que incluían conductas comunicativas y que, a su vez, posibilitaron:
b) la progresiva complejización social, formando estructuras sociales diversas y funcionalmente especializadas, que se convirtieron en el campo de desarrollo ideal para las potencialidades cognitivas del homo sapiens, dotado de un:
c) sistema nervioso incompleto en el momento de nacer, cuyas capacidades deben ser completadas en el entorno social (hipótesis de la plasticidad)

.- El momento crucial de este proceso de hominización es la aparición del símbolo. Por símbolo entenderemos, sin adentrarnos de momento en la distinción entre signo, señal y símbolo, todo objeto que sustituye a otro objeto. Símbolo es "lo que está en lugar de algo para alguien".

.- El origen del símbolo parece encontrarse íntimamente asociado al juego y la magia: implica una transposición de características (función transitiva), una re-presentación de la cosa simbolizada que permite su manipulación (función instrumental). El caso de los las pinturas rupestres es un ejemplo de lo que podríamos llamar proto-símbolos. La relación entre la representación y la cosa representada continúa teniendo aún hoy ciertos rasgos mágicos.

.- El símbolo libera a la comunicación humana de los requisitos de inmediatez, presencia e indicación que limitan a la comunicación animal y amplía las posibilidades

de la comunicación humana hasta límites insospechados; hasta el punto de poder crear todo un universo simbólico (las culturas) desde el cual organizar la vida social y la adaptación de la especie.

.- El símbolo es la precondición del lenguaje humano: el símbolo es la herramienta que hace posibles conductas especializadas en la coordinación de conductas. Como anticipó el interaccionismo simbólico, la comunicación humana es, en esencia, una conducta simbólica en un grado mucho más complejo y sofisticado que en el caso de la comunicación animal.

3.2. Ontogénesis de la comunicación humana: La comunicación y el desarrollo cognitivo

3.2.1. La perspectiva de Piaget : el abandono de la fase egocéntrica y la adquisición del lenguaje

.- Los estudios de Piaget han aportado valiosas ideas acerca de la evolución cognitiva del niño. Las investigaciones de Piaget se inscriben en el marco del ***constructivismo***, que asume que el conocimiento (tanto en el sentido del proceso como del producto cognitivo) no es tanto una operación de búsqueda y descubrimiento como de construcción. Para los constructivistas el conocimiento es el resultado de una dinámica adaptativa entre el sujeto y el mundo.

.- Piaget concede especial relevancia a la idea de conocimiento como proceso adaptativo y no tanto como producto, dando así prioridad a los factores biológicos y fisiológicos frente a los culturales. Aún así, el entorno social juega un papel clave para el autor en el desarrollo de las capacidades cognitivas. Parte de la hipótesis de que el estudio de la evolución cognitiva en los niños proporcionaría datos y conceptos relevantes para la comprensión del conocimiento y de la evolución cognitiva de la especie, y a la inversa. Sobre esta hipótesis Piaget desarrolla su ***epistemología genética***.

.- Por evolución cognitiva entenderemos el proceso de desarrollo de las aptitudes de conocimiento (relación adaptativa con el entorno) propias del ser humano. Sin duda la contribución de Piaget se centra sobre los aspectos evolutivos y psicobiológicos del ser humano y, en este sentido, su enfoque ha sido calificado de *innatista*, por cuanto concibe el desarrollo cognitivo como una dinámica adaptativa espontánea, característica de los procesos fisiológicos (en particular, perceptivo-cognitivos) y coloca en segundo plano los aspectos culturales (más propios de la concepción del conocimiento como producto).

.- Con todo, para el autor, las habilidades comunicativas son cruciales en el desarrollo cognitivo del niño, por cuanto le van a permitir participar del universo perceptivo de los otros y, consecuentemente, de acuerdo con Mead, constituirse como sujeto social.

.- De los puntos de confluencia entre Mead y Piaget, podremos concluir que:

a) no hay conocimiento sin comunicación
b) no hay sociedad sin comunicación
c) no hay individuo sin comunicación

.- Quizá lo más conocido de la obra de Piaget sea su distribución en cuatro grandes etapas en la evolución cognitiva del niño:

1) ***Etapa de coordinación sensoriomotriz*:**

.- Es la etapa que transcurre desde el nacimiento hasta aproximadamente los dos años
.- En ella se termina de completar la estructura definitiva del sistema nervioso mediante el ejercicio de respuestas a estímulos sensoriales.
.- En la primera fase el bebé no es capaz de diferenciarse a sí mismo de su entorno.
.- Un primer paso es la diferenciación entre objetos y personas.
.- El proceso característico es el de coordinar estímulos con movimientos y percepciones: seguir con la mirada, oir, coger, tirar, apretar, etc...
.- Las primeras conductas comunicativas son limitadas a la situación. Se trata de conductas protodeclarativas (el niño señala los objetos haciendo constar que focaliza su atención sobre ellos) y, posteriormente, protoimperativas (el niño señala los objetos haciendo constar una intención imperativa respecto a ellos; por ejemplo, señala el biberón para decir "quiero agua").
.- La etapa culmina cuando el bebé llega a ser consciente de que ocurren cosas fuera de su campo perceptivo, con lo que se abre el universo experiencial del sujeto.

2) ***Etapa preoperativa*:**
.- Transcurre entre los dos y los siete años
.- En ella el niño adquiere el dominio del lenguaje: aprende a manejar palabras para representar objetos de un modo simbólico. También se desarrolla el uso de otras formas simbólicas, fundamentalmente icónicas (imágenes, formas, etc.).
.- En esta etapa el niño desarrolla su autopercepción: es la fase que Piaget denomina egocéntrica, y que se refiere a la incapacidad de adoptar otro punto de vista que no sea el suyo (ausencia de perspectiva, simetría, etc.).
.- Al mismo tiempo y como consecuencia de lo anterior, el niño utiliza una característica "lógica peculiar" directamente relacionada con la incapacidad de asumir el punto de vista del otro y, en consecuencia, con la dificultad de hacer hipótesis acerca de las actitudes de los otros.
.- Se trata de una etapa (junto con la siguiente) en la que el juego resulta una conducta clave para el descubrimiento y organización de las intencionalidades propias y las ajenas: se atribuyen intencionalidades a los objetos como a las personas y se descubre la capacidad de anticipación.
.- Debido a ello, uno de los procesos de culminación de esta fase va a consistir en el aprendizaje del engaño: el engaño es un juego que permite practicar el manejo de hipótesis acerca de lo que piensa el otro.

3) ***Etapa operativa concreta*:**
.- Transcurre desde los siete hasta los once años.
.- En esta etapa el niño desarrolla la lógica abstracta y aprende a manejar ideas-marco y categorías como causalidad, temporalidad, etc. Ello hace posible el acceso a las primeras operaciones matemáticas.

.- Al mismo tiempo se desarrollan las habilidades lingüísticas en su extensión narrativa: se aprende a manejar secuencias de hechos ("historias").
.- El niño aprende a elaborar hipótesis acerca de los pensamientos de los otros en función de cada situación típica, comienza a elaborar un catálogo de patrones conductuales y es capaz de asumir la actitud del otro en esas situaciones reconocibles.
.- Entre las etapas preoperativa y operativa concreta tiene lugar el abandono de la perspectiva egocéntrica y, por tanto, se trata de un período clave en la socialización y en la configuración de la personalidad individual del niño.

4) ***Etapa operativa formal*:**
.- En esta etapa, que transcurre de los once años en adelante, se adquieren las habilidades de razonamiento abstracto más refinadas y se completa el acervo de patrones conductuales reconocibles así como la "enciclopedia" de significados culturalmente relevantes.

.- En resumidas cuentas, de acuerdo con Mead y Piaget, en la medida en que el desarrollo cognitivo del niño depende de su capacidad de asumir la actitud de otros (su punto de vista, sus razonamientos, etc), se sientan las bases para concebir la individualidad humana como algo constitutivamente social y comunicacional.

3.2.2. La perspectiva de Vygotski: herramientas psicológicas y entorno social

.- Lev Semiónovich Vygotski es, probablemente el autor más influyente en lo relativo a psicología del desarrollo. Vivió y trabajó en el Moscú de principios del siglo XX (1896-1934), por lo que el contexto político y social marcó las posibilidades de sus estudios y el fondo de su alcance. Con todo, su obra ha sido continuada por numerosos autores y hoy constituye un referente ineludible, junto con Piaget, en el campo de la pedagogía y la psicolingüística.

.- Para Vygotski, como para Piaget, el conocimiento no es un proceso mecánico de adquisición de datos o habilidades, sino, *un proceso dinámico de interacción entre el sujeto y su entorno*. En este sentido, Vygotski se inscribe con Piaget en el enfoque constructivista del conocimiento, por oposición a la concepción del conductismo (para la que el desarrollo cognitivo consiste básicamente en el condicionamiento de las asociaciones entre estímulos y respuestas) que dominada en su tiempo.

.- Sin embargo, si bien Piaget había puesto el acento en los condicionantes biológicos del proceso cognitivo, concibiéndolo así como un proceso dinámico pero en cierto modo espontáneo y privilegiando el sentido del conocimiento como proceso más que como producto, Vygotski centrará su atención en la incidencia del factor sociocultural en el desarrollo cognitivo.

.- Efectivamente, para Vygotski, el conocimiento es un proceso de construcción, pero no es totalmente espontáneo (exclusivamente dependiente de las condiciones psicobiológicas) ni libre (exclusivamente dependiente de la voluntad del sujeto).

.- Así, por ejemplo, los dos procesos básicos del desarrollo cognitivo, la *asimilación* (la integración de un proceso en una estructura) y la *acomodación* (la adecuación de

una estructura a un proceso), no son de naturaleza biológica, sino sociocultural. Y ello es así porque tales procesos no son posibles sin la mediación de objetos e instrumentos cuyo origen y naturaleza son históricos y culturales.

.- En este sentido, un tanto al modo de Mead, Vygotski explica la génesis de la conciencia humana sobre la base del sentido (para Vygotski el signo es el instrumento primordial) y la sociedad. El sujeto internaliza y reproduce el bagaje cultural y social del que emerge.

.- Para Vygotski, pues, *la acción humana es en esencia una acción mediada por instrumentos de naturaleza sociocultural, como las herramientas o el lenguaje*, y estos instrumentos no sólo hacen posible, sino que establecen las condiciones de posibilidad y desarrollo de la cognición humana. De ahí la importancia que Vygotski concede a la relación entre *pensamiento y lenguaje*.

.- Así pues, de acuerdo con Vygotski el conocimiento es un proceso de construcción, pero una construcción mediada doblemente: por la naturaleza externa de los acontecimientos que desencadenan la cognición (resistencia del objeto) y por el contexto histórico, social y cultural en que el proceso de conocer tiene lugar.
.- La importancia que Vygotski concede al concepto de mediación cognitiva será la fuente para numerosas investigaciones acerca de los medios de comunicación como nexo cognitivo entre el desarrollo individual y el contexto sociocultural.

.- Otro punto de interés en la concepción vygotskiana del desarrollo cognitivo lo constituye la idea de *zona de desarrollo próximo*: con ella, Vygotski enfatiza el conocimiento como proceso de desarrollo (aprendizaje) en contacto con el conocimiento como producto (cultura). La zona de desarrollo próximo delimita la diferencia entre el nivel de desarrollo cognitivo actual de un sujeto y el nivel de desarrollo potencial en la interacción con el entorno inmediato. La aparición de los otros en el universo cognitivo inaugura y tiene siempre lugar en la zona de desarrollo próximo.

.- Y ello hasta el punto de que, para Vygotski, todo proceso cognitivo en la fase del aprendizaje comporta siempre una transformación de lo externo a lo interno, *todo proceso intrapsicológico ha sido antes un proceso interpsicológico*:

> "Toda función en el desarrollo cultural del niño aparece dos veces, o en dos planos. Primero aparece en el plano social y luego en el plano psicológico. Primero aparece entre la gente como una categoría interpsicológica y luego dentro del niño como una categoría intrapsicológica. Esto es igualmente cierto con respecto a la atención voluntaria, la memoria lógica, la formación de conceptos y la voluntad. Podemos considerar esta posición como una ley en todo el sentido de la palabra, pero no está de más decir que la internalización transforma el proceso en sí mismo y cambia su estructura y funciones. Las relaciones sociales o las relaciones entre la gente subyacen genéticamente a todas las funciones superiores y a sus relaciones" (Werstch, 1985:61)

.- Este proceso de internalización consistente, por tanto, en la transformación de los fenómenos sociales en fenómenos psicológicos por parte del sujeto. Como se vislumbra más arriba, la internalización tiene esencialmente lugar en la zona de desarrollo próximo.

.- La comunicación deviene así no sólo el proceso cultural que hace posible lo interpsicológico, sino también el paso de lo interpsicológico a lo intrapsicológico.

.- No extraña, pues, que para Vygotski el *signo* se presente como la herramienta del *sentido*, y éste, a su vez, como unidad del pensamiento verbal. El lenguaje es quizás el ámbito más referido a la hora de señalar la relevancia de lo sociocultural en el desarrollo cognitivo. Una vez que el lenguaje ha hecho acto de presencia, los procesos cognitivos del sujeto se transforman.

.- No debemos olvidar aquí que, en la concepción del autor, el medio y el proceso se transforman mutuamente en el desarrollo cognitivo, como ocurre con la estructura y la función: Vygotski no concibe el instrumento de la mediación cognitiva como una simple herramienta cuyo uso no produce más que consecuencias utilitarias; al contrario, el desarrollo de los sistemas de signos (especialmente el lenguaje) sirve de base para el desarrollo de operaciones cognitivas cada vez más complejas. Así, el desarrollo cognitivo del individuo se construye sobre la base del desarrollo histórico y cultural de los sistemas simbólicos.

.- Otro tanto puede decirse de la relación entre pensamiento y lenguaje: no se trata de que el pensamiento 'utilice' el lenguaje como una herramienta, sino más bien de que el pensamiento y el lenguaje se transforman mutuamente, dando lugar a un cambio cualitativo de la operación intelectual que el autor denomina 'pensamiento verbal'.

.- Podemos resumir las ideas expuestas en el esquema de la figura 3:

FIGURA 3:
INDIVIDUO Y SOCIEDAD SEGÚN VYGOTSKI

.- En no pocos sentidos, las aportaciones de Vygotski entroncan con la concepción de G.H. Mead a propósito del vínculo sociedad/lenguaje/autoconciencia, pero también, como veremos, con el concepto habermasiano de acción comunicativa.

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Visionado y discusión sobre los contenidos de los materiales documentales *Los Nuevos Chimpancés* (National Geographic, 1998) e *Historias del cuerpo Humano I* (BBC, 1989).

- Debate por grupos: aspectos y límites del concepto de cultura

- Ejercicio de articulación de contenidos: Relacionar la hipótesis de la plasticidad de Bruner con la articulación social y cognitiva de la comunicación.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- BAILON, Christian, y MIGNOT, Xavier. *La comunicación*. (manual). Ed. Cátedra. Madrid (1996) [1994]
- DEL RÍO PEREDA, Pablo. *Psicología de los medios de comunicación*. (manual) Edi Síntesis. Madrid [1996]
- GARCÍA, R. *El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a las teorías de sistemas complejos*. Barcelona, Gedisa (2000).
- MAYOR, Juan & PINILLOS, J.L. *Comunicación y Lenguaje*. Madrid, Ed. Alambra (1991).
- MORIN, E. *El paradigma perdido*. Barcelona, Ed. Kairós (1992)
- PIÑUEL RAIGADA, José Luis y GAITÁN MOYA, Juan Antonio. *Metodología general, conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. (manual) Ed. Síntesis. Madrid [1995]
- PIAGET, J. *Seis estudios de psicología*. Barcelona, Labor (1991).
- PIAGET, J. *La epistemología genética*. Madrid, Labor (1986).
- VYGOTSKI, L.S. *Pensamiento y lenguaje*. Barcelona, Labor (1989).

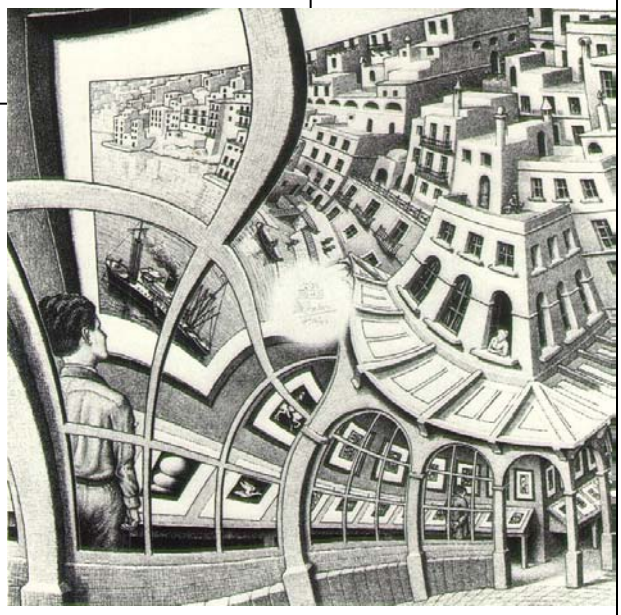
E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- Relacione los conceptos de pancomunicacionismo y antropocomunicacionismo con la distinción entre conductas ejecutivas y conductas expresivas.
- ¿Qué relación existe entre el grado de plasticidad conductual de los individuos y el grado de complejidad de la sociedad de la que forman parte?
- ¿En qué consiste la hipótesis de la plasticidad de Bruner?
- Considere al menos tres de las condiciones necesarias de posibilidad para la aparición de la comunicación humana

- Defina en términos conductuales la comunicación
- ¿Que clase de relación plantea Piaget entre individuo, sociedad y cognición?
- Enumere y describa las fases del desarrollo cognitivo de acuerdo con Piaget. ¿Qué papel juegan las conductas comunicativas en cada una de ellas?
- ¿Qué tipo de relación plantea Vygotski entre procesos intrapsicológicos y procesos interpsicológicos?
- ¿Cuál es para Vygotski la herramienta psicológica por antonomasia?

BLOQUE II

MODELOS Y TEORÍAS SOCIOCOGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN



BLOQUE II
MODELOS Y TEORÍAS SOCIOCOGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN

4 La comunicación en clave macro-sociológica

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Conocer y comprender el papel de la comunicación en algunas de las teorías sociológicas recientes más relevantes.
- Comprender la raíz eminentemente comunicacional del pensamiento sociológico.
- Adquirir la base conceptual sobre la conexión entre psicología y sociología (individuo/colectividad) necesaria para la aproximación a las teorías comunicológicas.

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. PARADIGMAS Y TEORÍAS MACRO-SOCIOLÓGICAS

1.1. Paradigmas del pensamiento sociológico

.- La sociología surge como disciplina científica en el siglo XIX, cuando la complejidad de las sociedades europeas y norteamericana empezaba a hacer patente la problemática de lo social como objeto de estudio.

.- La complejidad creciente de las sociedades del siglo XIX aparece marcada por una serie de líneas de transformación:

- La herencia ilustrada del concepto de individuo como eje del pensamiento sobre lo humano y sobre lo social, que se consolida como sujeto social de referencia en lo económico, lo jurídico y lo político.
- La transformación económica (Revolución Industrial y economía de mercado)
- La transformación del orden político (convulsiones nacionalistas, consolidación del Estado-nación, preparación de las primeras dictaduras)
- Transformaciones tecnológicas (origen de la sociedad tecnologizada actual)

- La transformación de la propia naturaleza de lo social con la aparición de la masa.

.- En este contexto, la sociología aglutina y reúne el conjunto de reflexiones sobre lo social procedente de la filosofía, la política y la economía y asume la sociedad como objeto de reflexión y estudio.

.- En la base de su planteamiento late la cuestión irresuelta sobre **la relación entre el individuo y la colectividad**. En este punto no debemos olvidar que la sociología nace en el contexto de una Cultura Occidental en la que el concepto de individuo opera como sujeto de referencia y en un siglo marcado por el positivismo y el sueño del progreso indefinido e ilimitado. La pregunta por la sociedad parte, pues, inicialmente, de la *presunción del individuo preconstituido*, un tanto al modo de las teorías del contrato social. La pregunta implícita inicial, pues, es la de ***cómo es posible el mantenimiento y la organización del orden social a partir de una colectividad de individuos preconstituidos, soberanos y autónomos***.

.- A partir de esa cuestión, es posible determinar **tres ejes correlacionados** que traspasan todo el pensamiento sociológico, y sobre los que se articulan de un modo y otro, las formas del pensamiento sociológico:

	PARADIGMA INDIVIDUALISTA	**PARADIGMA HOLISTA**
Ejes de conflicto	**INDIVIDUO**	**COLECTIVIDAD**
	ACCIÓN	**ESTRUCTURA**
	INTENCIONALIDAD	**NO INTENCIONALIDAD (o intencionalidad colectiva)**

.- Dada la naturaleza preconstitutiva que se le supone inicialmente al individuo en el pensamiento sociológico, y especialmente si tenemos en cuenta el contexto de formación de la sociedad de masas, la interrogación sociológica se estructura en torno a la incidencia de lo social en lo individual (la sociedad como determinante del individuo).

.- En consecuencia, el pensamiento sociológico se articula desde su origen sobre el eje individuo/colectividad entre los márgenes de:

a) un ***individualismo metodológico de corte mecanicista*** (como en el caso del funcionalismo racionalista de las teorías de la decisión), *o psicológico* (como en el caso del Interaccionsimo Simbólico, el Psicoanálisis Social, o la Fenomenología Social), que configura el paradigma individualista y

b) un ***holismo epistemológico de corte organicista*** (como en el caso del estructuralismo francés, del estructural-funcionalismo de Parsons y Merton, la sociología sistémica o buena parte de la teoría crítica) que configura el paradigma holista.

.- Así, la pregunta acerca de cómo es posible la sociedad recibe desde la modernidad dos clases de respuesta:

a) por un lado, aquellos que conciben el ser social como el resultado de una planificación racional de individuos o agrupaciones individuales y cuya explicación, consecuentemente, es reducible, en última instancia, a la fenomenología del individuo, sea ésta tipificada por la racional formal o por la racionalidad simbólica;

b) por otro lado, aquellos que conciben lo social como un ámbito fenoménico supraindividual, esto es, que escapa a las voluntades individuales y sus estrategias de decisión racional.

.- Para los primeros, pensar la sociedad es, esencialmente, pensar el individuo y, consecuentemente, el pensamiento sociológico se circunscribe a una psicología inter-individual transfigurada en teoría de la acción intencional y regida por los principios de racionalidad (formal o simbólica), voluntad y decisión. Para los segundos, pensar el individuo es pensar la sociedad, y el pensamiento de lo social demarca un ámbito fenoménico específico en el que adquieren especial protagonismo procesos ajenos a las identidades individuales.

.- El devenir de las sociedades occidentales desarrolladas en *sociedades individualistas de masas* (Wolton, 1999) ilustra la importancia de la dialéctica individuo/colectividad característica de los procesos sociales; e ilustra, asimismo, hasta qué punto los dos paradigmas están condenados a mezclarse.

.- Si tenemos, además, en cuenta, que la sociedad individualista de masas se constituye como tal sobre la base de un sistema económico, político, tecnológico y comunicativo característico, resulta entonces necesario prestar atención a aquellas reflexiones que privilegian la comunicación como núcleo conceptual del entramado teórico.

.- Finalmente, en tanto que herederos y aliados de la reflexión sociológica, los estudios sobre comunicación involucran característicamente tanto los aspectos globales (sistema, estructura, proceso inintencionado, etc) como los aspectos individuales (individuo, conciencia, racionalidad simbólica, acción intencional) de los fenómenos sociales.

1.2. Las teorías macro-sociológicas

.- La pregunta por la relación entre individuo y sociedad desencadena a partir del siglo XIX la necesidad de una ***descripción comprensiva de la sociedad como un todo articulado***. Es, precisamente, en este contexto donde se configura el paradigma holista como forma originaria del pensamiento sociológico.

.- A esta necesidad responden las teorías macro-sociológicas que, como en el caso de Weber, Marx, Durkheim o Parsons, tratan de ***explicar la sociedad como un objeto de estudio diferenciado sobre la base de un amplio sistema teórico que, característicamente, se articula sobre un concepto o fenómeno central*** (la racionalidad instrumental, las relaciones de producción, la estructura normativa o la interdependencia funcional, por ejemplo).

.- Posteriormente, a partir de la configuración del paradigma individualista, se desarrollarían teorías restringidas de lo social, centradas sobre aspectos concretos de la articulación individuo/sociedad y dotadas de una ambición comprensiva más restringida.

.- Ya hemos señalado con anterioridad que tanto la dinámica social como la evolución de la reflexión teórica apuntan hacia un mestizaje de los paradigmas individualista y holista. En este sentido, resulta significativo que algunas de las últimas teorías macro-sociológicas coloquen en un lugar central de su estructura conceptual los fenómenos e ideas relativos a la comunicación. Decimos que resulta significativo por un doble motivo:

a) Porque las sociedades desarrolladas contemporáneas sólo son comprensibles desde el acceso a sus sistemas de comunicación
b) Porque el fenómeno comunicativo involucra simultáneamente la individualidad y la colectividad, la acción y la estructura, la intencionalidad y la aleatoriedad.

.- Así pues, en adelante, prestaremos atención a tres modelos teóricos macro-sociológicos que, de una forma u otra, articulan su comprensión de la sociedad sobre el fenómeno de la comunicación.

2. EL INTERACCIONISMO SIMBÓLICO

.- Resulta complicado hablar del Interaccionismo Simbólico (IS) como una teoría macro-sociológica, dado que la diversidad de autores adscritos al mismo ha producido varios cuerpos teóricos distinguibles por notables diferencias. En cierto sentido sería más coherente hablar del IS como una corriente de pensamiento, relacionada con la antropología, pero también con la psicología social, no excesivamente sistematizada, pero, sin embargo, enormemente influyente en el terreno de los estudios sobre medios.

2.1. Antecedentes: la Escuela de Chicago

.- La Escuela de Chicago surge en la década de 1920 como una corriente de psicología social contraria a los presupuestos dominantes en el conductismo mecanicista (Watson), que planteaba una aproximación reduccionista, aislada y formalizante de los fenómenos psicosociales. El interés de la escuela de Chicago lo constituyen los procesos sociales que tienen lugar en la América del primer cuarto del siglo XX, cuando afluían a las ciudades norteamericanas comunidades de inmigrantes europeos y orientales de muy diversas culturas.

.- Robert Ezra Park, uno de los fundadores de la Escuela de Chicago, concibe la ***ciudad como un*** "***laboratorio social***" donde resulta posible observar dinámicas de mestizaje, adaptación, conflicto e interacción grupal de una forma pragmática y concreta que no lograba la psicología conductista en sus laboratorios. Para la Escuela

de Chicago, en cualquier caso, la psicología debe 'salir a la calle' y 'aproximarse al individuo en el seno de su comunidad'.

.- De hecho, este interés de la Escuela de Chicago por el estudio de las 'motivaciones conductuales sobre el terreno' constituye el antecedente inmediato de la tradición funcionalista norteamericana en los estudios sobre medios y en marketing político.

.- En su afán de sistematizar ese estudio de las interacciones entre grupos sociales, individuos, etc., en el territorio cotidiano de la gran urbe en formación, Park y Burgess bautizan como ***Ecología Humana*** el estudio de las dinámicas de interacción entre los grupos sociales. Tales dinámicas articulan los niveles ***físico/biológico*** (la comunidad como una simbiosis en un espacio geográfico), ***social*** (la comunidad como un entramado de relaciones interindividuales de orden pragmático) y ***cultural*** (la comunidad como un entramado de significados y prácticas simbólicas) en un proceso organizado conforme al esquema equilibrio/crisis/equilibrio.

.- Con esta aproximación de los supuestos conductistas de la psicología a las teorías funcionalistas en sociología la Escuela de Chicago inaugura el denominado ***conductismo social*** que traspasará toda la tradición anglosajona de estudios sobre comunicación.

.- En este contexto, Charles Holton Cooley retoma la distinción de Ferdinand Tönnies (sociólogo de finales del XIX) entre *Gemeinschaft* (comunidad) y *Gesselschaft* (sociedad) para definir al ***grupo primario*** (aquel en el que la interacción y la cooperación tienen un carácter desestructurado e íntimo) como fuente y mediador de la identidad individual, distinguiéndolo del grupo secundario, de naturaleza más formal y estructurada.

.- Pese a la presencia de un cierto determinismo biológico y la circunscripción al territorio exclusivamente empírico característico del conductismo, la aportación de la Escuela de Chicago consiste en llamar la atención sobre la relación individuo/comunidad en un contexto en el que o bien se trabajaba con el individuo como una 'máquina aislada' (conductismo mecanicista) o bien con la sociedad como una 'máquina aislada' (funcionalismo).

.- Para la Escuela de Chicago los procesos sociales de comunicación ocupan un lugar central, en tanto son a la vez producto y fuente de la diversidad individual. En consecuencia, a propósito de los incipientes medios de masas, advertirán la dinámica de homologación identitaria como una amenaza de desestructuración de las relaciones interindividuales y, por extensión, de las instituciones democráticas.

.- Al centrar su atención en la relación individuo/comunidad, la Escuela de Chicago:

- Sienta las bases para la concepción de la cultura y el universo simbólico como nexo de articulación entre individuo y sociedad.
- Concede especial relevancia a los fenómenos comunicativos como forma dominante de interacción social.
- Anticipa algunas de las grandes cuestiones de las teorías sobre efectos de los medios de comunicación de masas (la de la comunidad como filtro de la influencia del medio).

2.2. Antecedentes: el Pragmatismo y la Gestalt

.- Las dos grandes influencias del Interaccionismo Simbólico en su gestación en la Escuela de Chicago son el pragmatismo norteamericano y la Escuela de la Gestalt.

.- Para el ***pragmatismo***, corriente de pensamiento inaugurada por John Dewey, Charles S. Peirce y William James, resultan claves los conceptos de utilidad e interés: la realidad no se da fuera del sujeto, sino que se configura para él a partir de su interacción con ésta.

.- El individuo, por tanto, define el mundo en función de su experiencia de éste, reforzando los aspectos y procesos que se demuestran útiles y relegando aquellos que no resultan equilibrados conforme a las expectativas y costes de realización.

.- Esta concepción implica asumir que la mente, el sujeto y el mundo no son 'realidades estáticas', sino más bien procesos que interactúan constituyéndose entre sí.

.- El énfasis pragmático en que el mundo es en función de cómo lo vive y cómo lo define el sujeto que interactúa con él marcará a la Escuela de Chicago y planteará la importancia del régimen simbólico en la interacción con el mundo: los signos, en definitiva, permiten una definición de los objetos que determinará nuestra interacción con ellos. Junto con los signos, la otra gran fuente de interés para la Escuela de Chicago serán las redes de relaciones afectivas y su influencia motivacional.

.- La ***Escuela de la Gestalt*** incide exactamente en el mismo punto: el de la necesidad de tener en cuenta el punto de vista del sujeto para comprender tanto a éste como a su definición del mundo.

.- La Escuela de la Gestalt surge también en el primer cuarto del Siglo XX, de la mano de Max Wertheimer y Wilhelm Wundt, como movimiento de respuesta frente al conductismo mecanicista en Psicología. Para la Gestalt (literalmente, 'configuración' o 'totalidad') el estudio de la percepción de las formas es el punto de partida para la constitución de su *leit motiv*: el todo es más que la suma de sus partes.

.- No percibimos las formas como la integración de un conjunto de elementos, partiendo primero de la percepción de éstos, para después agregarlos. Al contrario, la percepción de la forma consiste más bien en la aprehensión activa de una totalidad diferenciada (en la contraposición con el fondo) que luego podemos desglosar en componentes. Un excelente ejemplo de las tesis gestálticas lo constituye el reconocimiento de rostros: cuando reconocemos una cara como familiar, percibimos la totalidad, y sólo después de su reconocimiento podemos afirmar que los ojos, la boca o la nariz evocan tal o cual similitud.

.- La importancia del sujeto y la concepción de la percepción como un proceso activo implican toda una serie de ***factores de incidencia en la percepción***:

- La motivación
- El contexto
- Las instrucciones previas
- Las experiencias y expectativas asociadas
- La emoción

- La cultura
- La singularidad individual

.- La atención a estos factores de incidencia será recogida por la Escuela de Chicago y los estudios posteriores en psicología social como base del condicionamiento motivacional.

.-Sobre el trabajo de diversos autores de la Gestalt, se ha propuesto una suerte de ***catálogo de leyes perceptivas***:

a) Ley de la proximidad
   La proximidad entre elementos contribuye a la constitución de una forma
b) Ley de la semejanza
   La semejanza entre elementos contribuye a la constitución de una forma
c) Ley de la conclusión de figuras
   La percepción de la forma incluye la clausura o conclusión de figuras incompletas o inacabadas
d) Ley de la continuidad
   Las figuras dispuestas conforme a una línea recta o una curva abierta tienden a ser percibidas como parte de una misma forma
e) Ley de la simetría
   Los elementos integrados conforme a una organización simétrica son percibidos como componentes de una misma forma
f) Ley de la pregnancia
   La percepción de la forma tiende a aislar aquellas composiciones más sencillas y esquemáticas, con mayor equilibrio y armonía.
g) Ley de la contraposición figura/fondo
   La selección del fondo determina la selección de la figura y a la inversa.

.- La importancia de la Gestalt es decisiva en el plano conceptual: contribuyó a la atención creciente sobre los procesos individuales y su relación con el entorno social que desarrollaría la psicología social y el constructivismo; contribuyó también al refinamiento de las relaciones lógicas entre estructura y organización que desarrollaría la Teoría de los Sistemas Complejos; y, en suma, contribuyó a una revisión cuestionadora del mecanicismo no sólo de los procesos perceptivos, si no, por extensión, también de los procesos interpretativos.

.- También en el plano de las aplicaciones la Gestalt ha sido decisiva, contribuyendo a la sistematización de procesos y estrategias relacionados con el arte, la expresión plástica y el diseño.

2.3. El Interaccionismo Simbólico:

.- Para el Interaccionismo Simbólico, pues, el significado constituye el nexo de unión entre el sujeto humano y el mundo, tanto como entre el individuo y la colectividad.

.- En 1937, Herbert Blumer acuña el término *Interaccionismo Simbólico* para articular una serie de investigaciones y trabajos teóricos dirigidos a la crítica del conductismo watsoniano y al énfasis de la relevancia de la significación en la articulación de las conductas.

.- La conducta del individuo está en directa relación con su medio social. Si para el conductismo mecanicista el individuo era una 'caja negra' de la que sólo se podían considerar los aspectos observables de la conducta ('conducta externa'), para Blumer y Mead el individuo constituye la clave para la explicación del substrato social de las conductas y, por ello, prestarán especial atención a las 'conductas internas' en las que el significado resulta determinante.

.- Obsérvese que el Interaccionismo Simbólico plantea una solución sociológica al dilema típicamente psicológico (conductista) de la 'caja negra': el acceso a las 'conductas internas' se realiza sobre la base del estudio de las interacciones simbólicas, esto es, de fenómenos de *comunicación social*.

.- Así, de acuerdo con Blumer, los supuestos de partida del Interaccionismo Simbólico serían los siguientes:

a) Los sujetos humanos actúan sobre los objetos de su mundo y en relación con otros sujetos a partir de los significados que éstos tienen para ellos

b) Los significados son producto de la interacción social (esencialmente, de los procesos sociales de comunicación). La comunicación, por tanto, resulta esencial tanto en la constitución del individuo como en (y debido a) la producción social de sentido. Para Mead, por ejemplo, en coherencia con Peirce, el signo es el objeto material que desencadena el significado y éste, el indicador social que interviene en la construcción de la conducta.

c) Los significados se reproducen y transforman en los procesos interpretativos, en los cuales el sujeto selecciona, organiza y articula los significados en función de la situación comunicativa y de sus expectativas y propósitos.

d) La distinción entre conducta interna y conducta externa implica la presuposición de que el individuo es también capaz de interactuar consigo mismo (formación del yo social autoconsciente).

e) Los grupos y la sociedad se constituyen sobre la base de las interacciones simbólicas de los individuos al tiempo que las hacen posibles en su forma específica.

.- Los procesos humanos de interacción con el entorno y con los otros, aparecen, pues, fundamentalmente caracterizados por su naturaleza simbólica. Para los autores del IS, el símbolo permite al hombre responder activamente a la realidad que le rodea (Cfr. Ritzer, 2001:274), trascender el ámbito del estímulo sensorial y de lo inmediato.

.- El símbolo, por tanto, hace posible (Ibid):

- La relación con el mundo material
- La relación con (y la constitución de) el otro
- La relación con (y la constitución de) uno mismo
- La ampliación de la percepción del entorno
- El incremento de la capacidad para la resolución de problemas
- La capacidad de trascender el tiempo y el espacio

- La capacidad para la imaginación y la fantasía así como, en general, para el acceso a una realidad no sensorial.

.- De forma general, podemos resumir las aportaciones globales de IS como sigue:

- Frente a la consideración de lo social como una imposición determinante, el IS lo concibe como el marco de la interacción simbólica de los individuos
- Frente a la preferencia por la observación externa en el laboratorio, el IS adopta una observación participante capaz de dar cuenta del punto de vista del sujeto
- Frente a la consideración de la comunicación como un intercambio de instrucciones cognitivas, el IS la concibe como el proceso social por antonomasia a través del cual se constituyen simultánea y coordinadamente los grupos y los individuos.

2.4. Los desarrollos del Interaccionismo Simbólico en los estudios sobre comunicación

.- De las contribuciones del IS cabe destacar dos conceptos que tendrán una gran influencia en el desarrollo de la microsociología posterior (la sociología centrada en la interacción individual).

.- La idea del ***Self especular***, coherente con el yo social autoconsciente de Mead, incide en que el sujeto es capaz de interactuar consigo mismo, de convertirse en objeto de su atención y capacidad observadora, forjando así una imagen coherente de sí mismo (sus intereses, expectativas, ideas, sensaciones, sentimientos, etc) que es capaz de poner en situación de interacción con otros. El Self especular del IS se aproxima a lo que Giddens ha denominado *proyecto reflejo del yo*.

.- La idea de la ***definición de situación*** implica que los sujetos se aproximan a la interacción con un conjunto de significados o definiciones de las situaciones de interacción y que coordinan esos significados con su self especular, por un lado, y con la interacción efectiva con los otros, por otro lado. Así, en el curso de la interacción entre sujetos, lo primero que ponen en juego los participantes, junto con sus propias identidades controladas (imagen refleja), es su definición de la situación comunicativa o de interacción.

.- Sobre la base del IS, el sociólogo Ervin Goffman desarrolló en los años 60-70 su Teoría de la Interacción de Actores.

.- El objeto de interés de Goffman son los ritos de interacción, es decir los patrones de interacción comunicativa que aprendemos y ponemos en juego en nuestra vida cotidiana, analizados a partir del esquema interpretativo de la dramaturgia (escenarios, actores, roles, etc).

.- Para Goffman el desempeño del roles la parte visible y contextualizada del self especular. EL yo reflejo es más, en la concepción del autor, producto de la interacción social que de la propia intervención del sujeto.

.- Goffman parte así de la idea de rol como conjunto organizado de expectativas de comportamiento en torno a una función o posición social (por ejemplo, el rol del profesor); a partir de ella, aplica el modelo dramatúrgico a las situaciones de interacción.

.- Divide el ámbito de la interacción social en regiones anteriores (o "escenarios") y regiones posteriores (o "bastidores"). En las primeras se realizan los rituales de interacción sobre la premisa de estar siendo observado por los demás ("fachada"). En las segundas, la adscripción a uno o varios roles pasa a segundo plano y constituye un espacio de intimidad o de relajamiento respecto del rol.

.- El ***marco*** es la situación-tipo reconocible por los participantes y en la que pueden desarrollarse diversos rituales interactivos.

.- Cada interlocutor o actor asume uno o varios roles en la interacción, en función del marco y del escenario, así como de la imagen que desea ofrecer a los otros.

.- Desde la perspectiva goffmaniana no sólo las conductas, sino también el contexto espacial y temporal en que éstas se desarrollan (la 'fachada') adquieren significado y, por tanto, 'comunican' o, en otros términos, constituyen y son objeto de intercambio simbólico.

3. LA TEORÍA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA DE J. HABERMAS

3.1. La macro-sociología y la herencia de la Escuela de Frankfurt

.- Hemos aludido con anterioridad a las teorías macro-sociológicas como aquellas teorías que tratan de responder al dilema de la relación individuo/sociedad centrándose esencial y globalmente en esta última, en la sociedad. La necesidad de recurrir al individuo como elemento social en las teorías macro-sociológicas se explicita en la preferencia que éstas muestran por el concepto de acción social.

.- En otras palabras, las teorías macro-sociológicas se reencuentran con el individuo en tanto asumen la acción social como objeto de estudio. El problema, sin embargo, es que pocas trascienden los límites de la acción instrumental y racional propia de concepto mecanicista de individuo afín a las teorías económicas de finales del XIX y principios del XX.

.- Con todo, parece existir, en el contexto de las teorías macro-sociológicas, un acuerdo general sobre el hecho de que, entre todas las acciones sociales humanas, la comunicación tiene un lugar de especial importancia.

.- Existen, sin embargo, desacuerdos fundamentales acerca del papel de la comunicación con respecto a las acciones que constituyen nuestro mundo social. Dicho desacuerdo se ha centrado en torno al papel de la comunicación en tanto acción social y al carácter comunicativo de las acciones sociales.

.- En otros términos, mientras algunos autores tienden a considerar la comunicación como un tipo de acción social, otros autores consideran que toda acción social es comunicación. Entre los primeros, como en el caso de algunos funcionalismos racionalistas, se observa la tendencia a enmarcar la comunicación como una acción racional y/o instrumental (comunicación como instrucción). Entre los segundos se observa la tendencia a considerar la comunicación como una acción simbólica y creadora de sociedad (comunicación como producción coordinada de sentido). La obra de Habermas constituye un intento de superponer la racionalidad simbólica a la instrumental.

.- El núcleo de este debate en torno a la cuestión de la comunicación y la acción social lo ha constituido la polémica entre las teorías de Jurgen Habermas y Niklas Luhmann, el primero de ellos, heredero de la tradición intelectual de la Escuela de Frankfurt, y el segundo, renovador de las tesis estructural-funcionalistas y sistémicas de Parsons.

.- Jurgen Habermas es considerado el epígono de la Escuela de Frankfurt. Sus teorías recogen diversas tradiciones:

a) La tradición crítica racionalista de raíz marxista característica de la Escuela de Frankfurt
b) La sociología de Max Weber, centrada en las ideas de racionalidad y utilidad
c) La importancia cognitiva del lenguaje característica del giro lingüístico en filosofía (Austin, Searle, etc...) y del Interaccionismo Simbólico.
d) La importancia de la reflexividad del sujeto característica del Interaccionismo Simbólico.

.- Habermas parte de la pregunta fundacional de toda teoría sociológica: ¿Qué es lo que constituye la base de la sociedad, aquello que la mantiene unida? Para alcanzar una respuesta, desarrolla una teoría de la acción social, es decir, un análisis crítico de las acciones típicas del contexto social.

.- Paralelamente, Habermas reconoce que la reflexión acerca del concepto de verdad racional se encuentra también relacionada con la cuestión de las bases de lo social.

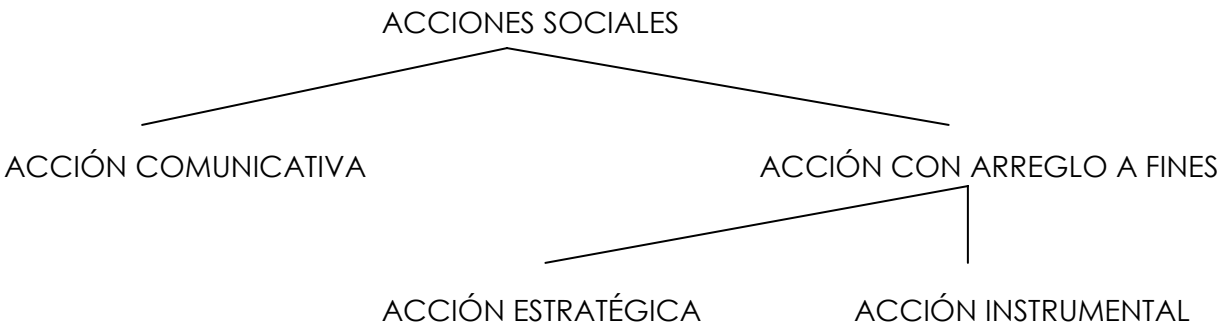
3.2. La centralidad de la acción en la comprensión de lo social

.- Para Habermas, la sociedad es posible porque existe un *acuerdo intersubjetivo general* acerca del mundo en que existimos, es decir, porque entendemos el mundo de maneras básicamente parecidas y coordinadas y, en consecuencia, podemos coordinar nuestras acciones.

.- Este acuerdo intersubjetivo general es el que permite hablar de la acción social como acción racional. Por eso la idea de *regla* en Habermas es fundamental. Siguiendo la tradición de Rousseau sobre el contrato social, para Habermas la sociedad es posible porque podemos organizar nuestras acciones y evaluar las acciones de los demás, y esto sólo es posible sobre una idea de regla.

.- Ahora bien, la regla no es impuesta desde fuera de lo social, sino constituida en el interior, mediante acuerdo intersubjetivo racional. Este acuerdo se alcanza gracias a la acción comunicativa.

.- Sobre estas ideas, Habermas traza una tipología de la acción social:



.- Tanto la acción estratégica como la acción instrumental son ***acciones con arreglo a fines***, es decir, acciones directas (no mediadas) sometidas al criterio de eficacia en función de la correspondencia entre expectativas y resultados.

.- La ***acción instrumental*** está orientada a la manipulación técnica de objetos con arreglo a fines.

.- La ***acción estratégica*** hace referencia a una competición con adversarios que comparten fines idénticos.

.- Las acciones con arreglo a fines son el objeto de estudio de las teorías de la elección racional, del tipo de la teoría de juegos, la teoría del 'minimax', etc.

.- La ***acción comunicativa*** se caracteriza por ser una acción orientada al entendimiento, esto es a la producción de consenso.

.- Ese doble carácter de entendimiento y consenso es el que convierte a la acción comunicativa en la acción social por excelencia. Es la acción comunicativa la que permite la aparición de un consenso intersubjetivo general sobre el que fundar la idea de regla y, consecuentemente, el mundo social:

> El mundo como ámbito de todos los hechos posibles se constituye únicamente para una comunidad, cuyos miembros se entienden entre sí acerca de lo que existe, en el marco de un mundo de la vida intersubjetivamente compartido
>
> J. Habermas. *Facticidad y Validez*. 1989:75-76

3.3. La acción comunicativa

.- La acción comunicativa, en tanto que expresión de la dinámica de entendimiento intersubjetivo que funda tanto la naturaleza de la sociedad como la condición de posibilidad del conocimiento, se explicita para Habermas en el uso del lenguaje.

.- Para Habermas los actos comunicativos se constituyen fundamentalmente a través de actos de habla. Habermas toma la idea de "actos de habla" de Searle y Austin y la relaciona con la idea de "juegos del lenguaje" de Wittgenstein, en la que la noción de regla juega un papel clave.

.- Así, para Habermas, el lenguaje es sobre todo una acción y el acto lingüístico es la unidad básica de comunicación.

.- Todo acto lingüístico tiene una doble dimensión: cognitiva y comunicativa, que Habermas diferencia como ***uso cognitivo y uso comunicativo del lenguaje***:

> Una comunicación acerca de objetos (o acerca de estados de cosas) sólo se produce a condición de una simultánea metacomunicación acerca del sentido [...]. Una situación de entendimiento posible exige que a lo menos dos hablantes/oyentes establezcan una comunicación simultánea en ambos planos: en el plano de la intersubjetividad en el que los sujetos *hablan entre sí* y en el plano de los objetos *sobre* los que se entienden.
>
> J. Habermas. *Teoría de la Acción Comunicativa*. 1987:83

.- Así, el acto lingüístico se refiere siempre simultáneamente a la relación intersubjetiva que constituye la comunicación (uso comunicativo) y al mundo de referencia, en el cual es posible esa relación comunicativa (uso cognitivo).

.- Esa doble estructura del lenguaje caracterizada por los usos cognitivo y comunicativo supone, de hecho, reconocer una doble estructura de la realidad humana: el mundo de los objetos (experiencia) y el mundo del lenguaje (discurso).

.- Todas las acciones humanas se refieren predominantemente a uno de estos dos aspectos:

.- Las acciones instrumentales se refieren al contexto de la experiencia
.- Las acciones comunicativas se refieren al contexto del discurso
.- Las acciones estratégicas correlacionan los contextos del discurso y de la experiencia.

.- Para Habermas la realidad del mundo de las cosas y del mundo social sólo puede constituirse en la dependencia solidaria entre lenguaje, conocimiento y acción.

.- Las acciones comunicativas y, consecuentemente, el consenso general intersubjetivo que funda lo social, se constituyen necesariamente sobre pretensiones de validez racional, es decir, que toda comunicación, en tanto que acción y relación intersubjetiva, presupone unas condiciones mínimas de validez que incluyen presuposiciones acerca de:

- ***Verdad***: es decir, la condición de estar dando a entender *algo* (referencia a un objeto de la experiencia).
- ***Adecuación***: es decir la condición de estarse entendiendo *con los otros* o, en general, de estarse sometiendo a las *reglas comunes* de los actos comunicativos.
- ***Veracidad***: es decir, la condición de expresar la intención de verdad o, en general, la expresión adecuada de las *intenciones* comunicativas.
- ***Inteligibilidad***: es decir, la presuposición de estar dándose a entender *inteligiblemente*.

4. LA TEORÍA DE LOS SISTEMAS SOCIALES DE N. LUHMANN

4.1. Las fuentes de la teoría luhmanniana

.- En el extremo opuesto, y situado en el marco de las teorías macrosociológicas que conceden un mayor peso determinante a las estructuras y procesos sociales sobre el individuo, Niklas Luhmann ha desarrollado entre los años 70 y 90 todo un cuerpo teórico singular en el terreno de la sociología, el derecho y la ecología social. Sus tesis son conocidas por su complejidad y su carácter polémico.

.- Sus principales referentes teóricos son:

.- La sociología estructural-funcionalista de Talcott Parsons
.- La Teoría General de Sistemas de Ludwig von Bertalanffy y la Cibernética
.- La teoría de los Sistemas Autopoiéticos de Maturana y Varela

.- La teoría luhmanniana de la sociedad se caracteriza por algunos puntos de partida singularmente polémicos, por cuanto suponen una ruptura radical con la tradición teórica anterior:

a) El sujeto social en su concepción es un sistema. Esto implica que:
   a.1) Desvincula la relación de significado entre sujeto y persona física. Los sujetos son sistemas, es decir, instancias organizadas con capacidad de selección de información, de comunicación, de decisión y de acción.
   a.2) La concepción funcional o sistémica del sujeto permite a Luhmann concebir sujetos globales: instituciones, grupos, empresas, y todo aquello que pueda ser calificado como "sistema" adquiere en la teoría luhmanniana la categoría de sujeto social.

b) Rechaza todo planteamiento teleológico o finalista para explicar la dinámica social.
   b.1) Aunque Luhmann admite que los sistemas introducen finalidad en la dinámica social, rechaza la suposición de que el sistema social en su sentido global (es decir, la totalidad de lo social) esté sometido a finalidad.
   b.2) Cuestiona, por tanto, la idea de progreso. La idea de evolución es también sometida a crítica en su acepción clásica: la evolución, tanto para los sistemas vivos como para los sistemas sociales, no es un proceso de

mejora permanente, sino de adaptación constante en circunstancias de cambio constante.

c) Al contrario que Habermas, que integra la teoría comunicativa en una teoría de la acción, Luhmann integra la teoría de la acción en su teoría de la comunicación. Si para Habermas *algunas* acciones sociales son comunicativas, para Luhmann *todas* las acciones sociales son acciones comunicativas.
[Si, como se plantea en (a.1), Luhmann rechaza la idea clásica de sujeto, se entiende que evite considerar la teoría de la acción como núcleo de análisis de la sociedad y opte, en cambio, por otorgar ese papel central a una teoría de la comunicación más coherente con los presupuestos de la TGS]

4.2. La sociedad como sistema autopoiético

.- La noción de *autopoiesis* fue elaborada por los biólogos Maturana y Varela como rasgo específico de la organización de los sistemas vivos. El término se compone a partir del griego *autos* (sí mismo) y *poiesis* (producción, creación).

.- La autopoiesis es la operación de autorreproducción de un sistema mediante la que el sistema crea su propia estructura y los elementos que lo componen.

.- La autopoiesis es, pues, el modo de operación que define a todos aquellos sistemas que se distinguen por su auto-producción.

.- Luhmann distingue tres tipos de sistemas autopoiéticos, es decir, sistemas que se producen a sí mismos: sistemas vivos, sistemas psíquicos y sistemas sociales.

.- Cada uno de ellos aparecerá caracterizado por una operación autopoiética específica, es decir, por un modo característico de autorreproducción: respectivamente, la vida, la conciencia y la comunicación.

.- Consecuente, para Luhmann, la comunicación es la operación que permite a la sociedad constituirse como sistema autopoiético y, por tanto, autorreproducirse.

4.3. La diferenciación funcional

.- Siguiendo la trayectoria inaugurada por Parsons, Luhmann aplica la TGS como esquema interpretativo de la naturaleza social.

.- La sociedad es, pues, desde el punto de vista de Luhmann, un sistema de sistemas que se caracteriza por un creciente proceso de diferenciación funcional. El proceso social, por tanto, consiste en la interacción entre los subsistemas sociales que, al modo de la mitosis y especialización en el desarrollo celular, produce a su vez nuevas funciones y nuevos subsistemas sociales especializados en ellas.

.- Genéricamente Luhmann concibe el sistema social como:
.- un orden de relaciones internas (subsistemas) y externas (sistema/entorno).
.- un sistema dinámico, cambiante, de complejidad creciente:

Su relación con el entorno provoca cambios; el sistema hace frente a los cambios mediante selecciones sucesivas de información que redundan en un incremento de su complejidad
La complejidad creciente hace más difícil los procesos de autorreproducción del sistema social, cuestión que éste afronta mediante una progresiva diferenciación funcional interna.

.- La diferenciación funcional constituye el proceso de aparición de subsistemas en el interior del sistema social.

.- Luhmann distingue tres tipos sucesivos de diferenciación en el sistema social:

- Diferenciación segmentaria: Se perfilan grupos sociales en torno a identidades diferenciadas (p.ej. la aparición de nuevas clases sociales, como la burguesía en el s. XIV, o de nuevas identidades aglutinadoras, como los nacionalismos en el s. XIX)
- Diferenciación funcional: A partir de los nuevos segmentos aparecen nuevas estructuras en el sistema social, que poco a poco perfilan o adquieren funciones específicas, dando así lugar a nuevos subsistemas (p.ej. la Administración Pública, el libre mercado, etc.)
- Diferenciación dinámica: La evolución de los nuevos subsistemas genera cambios que pueden desembocar en nuevos procesos de segmentación y diferenciación funcional.

.- La aparición del Estado de Bienestar o la aparición del Subsistema Educativo constituyen buenos ejemplos de procesos de diferenciación funcional que acaban por configurar subsistemas sociales específicos. Por otra parte, la aparición de la preocupación medioambiental y la Ecología puede ilustrar un proceso de interacción entre subsistemas sociales (científico, legislativo, económico, jurídico, etc.) con funcionalmente consecuencias transformadoras de los mismos.

.- Los subsistemas sociales que Luhmann considera característicos de las sociedades desarrolladas contemporáneas son, básicamente:

Subsistema Político
Subsistema Jurídico
Subsistema Económico
Subsistema Científico
Subsistema Educativo
Subsistema Religioso
Subsistema de Medios de Masas

4.4. La comunicación en el sistema social

.- En el enfoque de Luhmann, la teoría de la comunicación presupone la teoría de sistemas.

.- La sociedad es, pues, el sistema de todas las comunicaciones posibles y la comunicación constituye la operación por la que el sistema social evoluciona y se autorreproduce

.- La idea de comunicación en Luhmann integra algunos presupuestos teóricos de la Teoría de la Información de Shannon y Weaver con la Teoría General de Sistemas.

.- La comunicación en el sistema social es el conjunto de distinciones y selecciones posibles operadas por los distintos sistemas/subsistemas.

.- Para que cada subsistema organice su actuación, es necesario que organice su percepción del entorno, de modo que pueda coordinar sus acciones con los otros subsistemas en el seno del sistema. Así, debe ser capaz de diferenciar la información del ruido y de integrar la información en su organización, de modo que pueda reaccionar de forma adecuada. Ese proceso es, esencialmente, un proceso de distinción y selección.

.- Toda selección de este tipo operada por un subsistema, tiene siempre una triple dimensión:

a) selección de contenido informativo: equivale a la selección que distingue entre información y ruido y, posteriormente, la selección de la información relevante.
b) selección de la notificación: es el tipo de selección que informa sobre la propia selección de información. Implica hacer partícipe o informar acerca de la selección de contenido. Formalmente equivale al concepto de metacomunicación.
c) selección de aceptación: supone la aceptación o rechazo del contenido comunicado.

En otros términos, la triple selección remite a una idea de comunicación que supone *elegir* (a), *compartir* (b) y *comprender* (c).

.- Junto a algunos componentes clásicos de la concepción sistémica de la comunicación, tales como la información y el mensaje, Luhmann considera especialmente algunos factores de la comunicación:

- *Expectativa de éxito*:
  Toda comunicación se constituye sobre una expectativa de éxito. La presuposición de que toda comunicación implica una expectativa de éxito, si bien contribuye a organizar las relaciones entre sucesivas comunicaciones, supone también la introducción de cierto finalismo intencional en la teoría de Luhmann.
- *Código*:
  La idea de código en Luhmann se aproxima mucho a la noción de paradigma (tema 1). Para Luhmann un código es un esquema general de organización de sentidos (o diferencias y relaciones) posibles. Así, todo cambio que no sea concebible desde las estructuras de sentido del código es ruido para el sistema.
- *Medios de comunicación social:*
  Luhmann toma este concepto de Parsons en referencia a aquellos medios (objetos) sobre los que se organizan los principales procesos de comunicación social.
  Por '*medio de comunicación*' Luhmann entiende todo instrumento o mecanismo que focaliza la organización de procesos comunicativos en

sociedad. Los tres medios de comunicación social que concibe el autor son *el lenguaje*, *los medios de extensión de la comunicación* (tecnologías y medios de comunicación de masas), y *los medios de comunicación simbólicamente generalizados* (dinero, amor, poder y verdad).

.- La idea de comunicación como proceso característico de lo social en Luhmann se plantea, pues, de un modo abstracto y funcionalista. Comunicación no hace tanto referencia a una transmisión de contenidos semánticos (decir algo) sobre la que sustentar una racionalidad común (Habermas), sino más bien a un modo característico de organización de la evolución de los sistemas sociales. En un sentido similar se pronuncia Wiener en Cibernética y Sociedad:

> Damos el nombre de información al contenido de lo que es objeto de intercambio con el mundo externo, mientras nos ajustamos a él y hacemos que se acomode a nosotros. El proceso de recibir y utilizar información, consiste en ajustarnos a las contingencias de nuestro medio y vivir de manera efectiva dentro de él... Vivir de manera efectiva significa poseer la información adecuada. Así pues, la comunicación y la regulación constituyen la esencia de la vida interior del hombre tanto como de su vida social
>
> N. Wierner. Cibernética y Sociedad. 1969:18

.- Desde el punto de vista de Luhmann, los medios de masas surgen como un subsistema específico emanado de la diferenciación funcional característica de las sociedades complejas contemporáneas. El ***subsistema de los medios de masas*** surge como respuesta a la dificultad creciente de interacción entre los cada vez más numerosos subsistemas sociales, a su creciente complejidad y al correlativo incremento de interacciones posibles y/o necesarias entre ellos. La actividad de los medios de masas, por tanto, contribuye a:

a) La reducción de la complejidad del sistema social, haciendo posibles la toma de decisiones y la selección de las interacciones
b) La gestión del riesgo y la incertidumbre asociadas a entornos complejos de interacción
c) La producción de cohesión y coherencia en los marcos de interacción entre los sujetos sociales.

.- Aunque el planteamiento de Luhmann resalta los aspectos funcional-estructurales de la conexión entre medios de masas y sociedad, relegando los aspectos simbólicos y culturales a la dinámica sistémica, constituye una plataforma adecuada para pensar la vinculación entre comunicación social y tecnología en la denominada Sociedad de la Información. Piénsese por ejemplo en el incremento de complejidad introducido por las nuevas tecnologías en las interacciones sociales y el incremento paralelo de los riesgos globalizados que constituyen el objeto de atención de la denominada sociología del riesgo.

.- A modo de conclusión, podemos resumir en el siguiente gráfico las diferencias de base entre los planteamientos de Habermas y Luhmann:

5. LA ESCUELA DE PALO ALTO

5.1. El dilema acción/conducta

.- Pese a ser dos autores significativos, la polémica en torno a la cuestión acción/comunicación no se circunscribe únicamente a Habermas y Luhmann. El debate acerca de una teoría de la acción social y del papel de la comunicación en ésta constituye uno de los temas centrales de la sociología en la segunda mitad del siglo XX.

.- La perspectiva adoptada por la sociología clásica se remite a las aportaciones de autores clásicos:

- Parsons y su teoría estructural-funcionalista, en la que la acción es el concepto central para describir el sistema social.
- Weber, y su enfoque racional-instrumental, por el que la acción orientada a fines constituye la acción social por excelencia.
- La sociología crítica de influencia marxista, en la que las acciones sociales adquieren sentido en términos de relaciones de producción.
- El ámbito inaugurado por el Interaccionismo Simbólico, la filosofía del lenguaje y la pragmática, en el que la acción significante (productora de sentido) adquiere protagonismo.

.- A partir de Parsons y Weber, otros autores contemporáneos como Giddens, Bourdieu, etc., tienden a separar las ideas de acción social y comunicación, otorgando un carácter más amplio a la primera.

.- La tendencia general es, pues, considerar la **acción social** como la clase general de acción dotada de significado y orientada al otro en un sentido general (acción social =acción intersubjetiva). Como un subtipo de la acción social suele distinguirse la **comunicación**, es decir, aquella acción social específicamente orientada a influir en el otro, mediante la transmisión de un conocimiento o una información (contenido, significado).

.- Obsérvese que este enfoque clásico es una extensión de la distinción clásica entre *actos ejecutivos* (dirigidos transformar el entorno del sujeto) y *actos expresivos* (dirigidos a transformar la conducta de otros sujetos). Así, la acción social equivale en cierto sentido al desarrollo común (intersubjetivo) de actos ejecutivos (esencialmente actos técnicos), mientras que la comunicación equivale al desarrollo de actos expresivos.

.- Adviértase asimismo que esta concepción clásica de comunicación en sociología es considerablemente más limitada que la idea habermasiana de acción comunicativa.

.- La cuestión de fondo es doble:
¿resulta posible separar la idea de comunicación de la idea de significación?
¿resulta posible concebir separadamente la acción comunicativa de cualquier otra acción social?

.- Una interesante y polémica línea de reflexión en este sentido nos la ofrece la Escuela de Palo Alto.

La Escuela de Palo Alto:
.- La escuela de Palo Alto (o el "Colegio Invisible") la configuran a partir de los años 60 un grupo de psicólogos, sociólogos y antropólogos (Bateson, Ruesch, Beavin, Jackson, Watzlawick...) que se muestra disconformes con la excesiva influencia en los estudios sobre comunicación del modelo de Shannon y Weaver.

.- Desde su punto de vista, los estudios sobre comunicación se han concentrado hasta entonces fundamentalmente sobre dos aspectos:

- los aspectos técnicos de la comunicación (transmisión de señales)
- los aspectos funcionales de la comunicación de masas

.- En contra de la tendencia general del momento, el grupo de Palo Alto propone la hipótesis de que el de comunicación es un concepto clave en la psicología humana y que, de hecho, en el terreno de la psicología humana la comunicación adquiere un rango específico y diferenciado: proponen así su *teoría de la comunicación humana*. En coherencia con las tesis del Interaccionismo Simbólico y sus desarrollos por parte de Goffman, este enfoque se caracteriza por plantearse como una *pragmática de la comunicación*, es decir, un estudio de las situaciones concretas de interacción comunicativa.

.- En su enfoque parten de dos conceptos tomados de Gregory Bateson:

1) El interés por la ***pragmática*** de la interacción humana, esto es, por el análisis de consecuencias concatenadas que caracterizan a las interacciones en el marco social. Este interés constituye la base de la aproximación de Palo Alto a la comunicación desde la psicología y la teoría de sistemas y anticipa la estrecha relación que ellos plantean entre conducta y comunicación.

2) La idea de ***deuteroaprendizaje*** (aprender a aprender):

Según Bateson los procesos de desarrollo cognitivo y de socialización (procesos de aprendizaje) deben ser necesariamente reflexivos, es decir, deben también estar dirigidos hacia sí mismos. Así, no sólo aprendemos sobre nuestra relación con el entorno (desarrollo cognitivo y socialización), sino que también aprendemos acerca del modo en que aprendemos a relacionarnos con el entorno.
De este modo los procesos de aprendizaje y socialización poseen un amplio margen de autocorrección.
La comunicación, y más concretamente, la ***metacomunicación***, se manifiestan como el proceso mediante el que el deuteroaprendizaje es posible. Es más, debido a la importancia de la comunicación (interacción) en la constitución del individuo y sus relaciones, resulta posible entender que algunas patologías psíquicas y/o sociales tengan su origen en patologías comunicativas.

3) La idea de ***doble vínculo*** (*double bind*):

La idea de doble vínculo es propuesta por Bateson y Ruesch como una patología comunicacional a menudo detectable como causa de esquizofrenia.
Fundamentalmente consiste en paradojas irresolubles entre los niveles de la comunicación y la metacomunicación (ver más abajo el concepto de comunicación). La secuencia típica de una paradoja de doble vínculo es, pues, la siguiente:
1- A afirma algo
2- A afirma algo acerca de su propia afirmación (acerca de 1)
3- Las afirmaciones 1 y 2 son mutuamente excluyentes
4- Se impide al interlocutor escapar del marco del mensaje paradójico (no se puede razonar acerca de la paradoja con quien la plantea)
Debido a 4, las conductas basadas en el doble vínculo tienden a autoperpetuarse.
El problema del doble vínculo suele ir asociado a situaciones comunicativas de elevada intensidad afectiva.
Ejemplos cotidianos de paradojas comunicacionales próximas al doble vínculo son expresiones del tipo:
Ejemplo A: /¡Sé espontáneo!/
En este caso se imposibilita al interlocutor aquello que se le ordena por el mero hecho de ordenárselo.
Ejemplo B: (Un padre a su hijo) /¡No me obedezcas!/
En este enunciado se aprecia cómo el nivel de relación contradice el del contenido, convirtiéndolo en paradójico y, por tanto, imposible de realizar: se el hijo obedece, desobedece y si desobedece, obedece.

Íntimamente ligada con la cuestión del doble vínculo se encuentra la de las profecías autorrealizadoras, objeto de especial interés en la obra de Paul Watzlawick. Se trata de predicciones que sientan las condiciones de posibilidad de su propia realización.

5.2. Los axiomas de la comunicación

.- La Escuela de Palo Alto concibe la comunicación como un proceso: la situación comunicativa es un sistema dinámico de relaciones entre actores. Así, la comunicación es la conducta humana por excelencia.

.- Los autores de *Teoría de la Comunicación Humana* incorporan muchos de los conceptos derivados de la Teoría General de Sistemas y la Cibernética (sistema, función, estructura, relación, feed-back, circularidad, etc.), partiendo de cinco axiomas fundamentales y necesarios para el estudio de la comunicación humana:

1) No se puede no comunicar (axioma de la metacomunicación)
.- A diferencia de los animales, en el hombre toda conducta comporta un significado y, por tanto, comunica. Toda conducta humana es comunicación.
.- Por tanto, del mismo modo que no puede concebirse una no-conducta (es imposible no-actuar, puesto que la no-actuación es una forma de actuación), no puede concebirse una no-comunicación. Tanto la actividad como la inactividad ejercen influencia sobre los demás y transmiten significados.

2) Niveles de contenido y niveles de relación
.- Siguiendo a Jakobson, los autores de palo Alto conceden especial atención a dos funciones de la comunicación humana: una función referencial y una función pragmática.
.- La *función referencial* expresa la propiedad de *referirse al objeto* y se concreta en el *contenido* de los mensajes (lo que decimos acerca de las cosas)
.- La *función conativa* expresa las *relaciones* entre los objetos y el acto de comunicar y constituye, de hecho, una comunicación que incluye o afecta a la comunicación. Por ello recibe el nombre de ***metacomunicación***. En otras palabras, el nivel de relación clasifica y encuadra al nivel de contenido, actuando así como metacomunicación, como una comunicación sobre la comunicación.
.- Obsérvese la semejanza con los usos cognitivo y comunicativo del lenguaje en Habermas.

Por ejemplo:
Una mujer pregunta a otra: "*¿Son auténticas esas perlas?*":
En el nivel del contenido tenemos un enunciado que interroga acerca de la autenticidad de las perlas. Sin embargo, el nivel de la metacomunicación nos informa acerca de cuál es el tipo de relación entre los interlocutores (rivalidad, envidia...) y afecta al sentido del nivel de contenido (sabemos, entonces, que más que una pregunta es una afirmación acerca de la falsedad de las perlas y acerca de la idea que una mujer tiene de la otra, así como de su relación)

3) Puntuación de la secuencia de hechos
.- Para un observador, una serie de comunicaciones puede entenderse como una serie de intercambios en la que los participantes organizan los patrones de interacción, de modo que establecen iniciativas, reacciones, puntos significativos, ritmos de intercambio, etc. Se corresponde con lo que podríamos denominar "orden típico de las situaciones comunicativas".
.- La puntuación de la secuencia de hechos afecta al significado de los mensajes y a la interpretación global de la situación comunicativa.

4) Comunicación digital y analógica
.- Los autores de Palo Alto utilizan un paralelismo entre los lenguajes computacionales (analógico y digital) y los lenguajes humanos (natural y formal).
.- Por comunicación digital los autores de Palo Alto entienden todos aquellos procesos comunicativos que organizan unidades discretas de información en términos de lógica binaria, como por ejemplo, comunicaciones simbólicas como la señalización o el tipo

de comunicación administrativa mediante documentos autentificables. Al igual que en el caso de los lenguajes formales, la comunicación digital se caracteriza por su potencial sintáctico y sus limitaciones semánticas, es decir, por la ausencia de ambigüedad y la precisión de sus definiciones (sintaxis = lógica), así como por la rigidez de su articulación de significados (semántica).
.- Por comunicación analógica los autores entienden todos aquellos procesos comunicativos que organizan unidades continuas de información. Al igual que en el caso de los lenguajes naturales, se caracteriza por una sintaxis frágil, que admite ambigüedades e imprecisiones, y por una especial riqueza de significados (semántica compleja).
.- La comunicación digital es especialmente potente en el nivel del contenido, mientras que la comunicación analógica es especialmente potente en el nivel de relación.
.- Así, por ejemplo, en una conversación el contenido de las frases de los interlocutores se articula como comunicación digital (significados transferibles), mientras que los gestos, la comunicación no verbal, el contexto de la comunicación forman parte de la conversación como comunicación analógica (significados contextuales).
.- Como ejemplo adicional, la expresión del proceso de aprendizaje de una licenciatura puede expresarse en forma digital (la posesión del título) o analógica (el conjunto de experiencias, conocimientos, y habilidades que uno es capaz de poner en juego tras el proceso de aprendizaje).
.- La comunicación humana tiene lugar en los dos modos.

5) Interacción simétrica y complementaria

.- Se denomina interacción simétrica a aquella interacción en la que las conductas de los participantes tienden progresivamente a divergir o diferenciarse.
.- Se denomina interacción complementaria a la interacción en la que las conductas de los participantes tienden progresivamente a converger o compatibilizarse.
.- Un caso típico es el de la reacción de los votantes ante la publicación de los resultados de sondeos preelectorales: omitiendo los determinantes ideológicos y de persuasión, ante un ganador seguro desarrollarían interacciones complementarias quienes tendieran a alinearse con el previsible ganador; mientras que desarrollarían interacción simétrica quienes tendieran a inhibirse ante el previsible ganador.
.- En un conflicto difícil de resolver pueden observarse dinámicas de interacción simétrica, y su resolución comunicativa pasa a menudo por la introducción de un tercer (mediador) capaz de reorientar el proceso comunicativo hacia la complementariedad.

.- En resumen, para el grupo de Palo Alto:

- Comunicación y conducta son sinónimos: no hay conductas humanas no comunicativas.
- En su formulación extrema, el individuo no 'comunica', sino que participa en una comunicación.
- La comunicación se lleva a cabo en múltiples niveles, no siempre de un modo consciente.
- La comunicación es siempre recursiva, cuando menos en el nivel de la metacomunicación.

5.3. El pancomunicacionismo y la herencia del Interaccionismo Simbólico

.- La Escuela de Palo Alto plantea un nexo de unión entre alguno de los supuestos centrales del Interaccionismo Simbólico y de la Teoría de Sistemas.

.- Del Interaccionismo Simbólico toman la consideración relacional y complementaria del *self*, esto es, la concepción de que el yo se constituye en la interacción social y que no es posible entender el *yo* sin el *otro* ni a la inversa.

.- De la Teoría de Sistemas incorporan la concepción de la interacción comunicativa como sistema, esto es, como un todo organizado compuesto por elementos (sujetos, mensajes, identidades, significados, etc), dotado de contexto (entorno), de historia (su evolución), etc.

.- El interés en la pragmática y el enfoque psicológico que caracteriza a la Escuela de Palo Alto, hacen que para ellos todos los elementos y/o acontecimientos de la interacción comunicativa adquieran sentido en tanto influyen en ella, de modo que la comunicación no es ya una cuestión de intencionalidad comunicativa (de 'querer decir').

.- La concepción interaccional del *self* refuerza esa proximidad entre conducta y comunicación: todo aquello que forma parte del sistema de la interacción y que afecta al *yo* individual constituye comunicación.

.- De este modo, *la Escuela de Palo Alto traslada al ámbito de la comunicación humana a asociación entre interacción y comunicación que se planteaba desde la Teoría de Sistemas*.

.- El problema asociado a este enfoque es el que anteriormente hemos denominado como *pancomunicacionismo*: la asociación entre interacción y comunicación hace que podamos concebir cualquier interacción entre cualquier sistema como una forma de comunicación, lo que, de hecho, extiende el concepto de comunicación casi de forma absoluta.

.- Aunque la crítica del pancomunicacionismo tiene sentido en tanto pretende limitar el concepto de comunicación en aras a hacerlo científicamente manejable, no debemos olvidar que la reflexión sobre la conexión entre interacción/significado/comunicación sigue vigente en el contexto de la Nuevas Tecnologías así como en la vinculación general entre información y conocimiento. ¿En que medida, por ejemplo, Internet constituye un nuevo sistema de interacción antes que un sistema de comunicación?

.- Otro aspecto relevante que no conviene olvidar de las aportaciones de Palo Alto es la naturaleza situacional de la comunicación y la importancia concedida al contexto, aspectos que en la actualidad adquieren un especial relieve en el terreno de los análisis mediáticos.

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Descripción y análisis de los nuevos entornos tecnológicos desde la perspectiva de la Teoría de la Acción Comunicativa

- Delimitación y análisis del sistema de los medios de masas de acuerdo con los planteamientos de Luhmann

- Selección y análisis de una profecía autorrealizadora o una comunicación paradójica en los medios de comunicación.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- JOAS, H. *El pragmatiso y la teoría de la sociedad*. Madrid, CIS (1992)
- HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa* (2 vol.). Edit. Tecnos. Madrid [1987]
- IZUZQUIZA, I. *La sociedad sin hombres. Niklas Luhmann o la teoría como escándalo*. Barcelona, Anthropos (1990)
- LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. Barcelona, Anthropos (2000)
- LUHMANN, Niklas. *Introducción a la teoría de Sistemas*, Edit. Anthropos-Universidad Iberoamericana. Mexico (1996)
- RITZER, G., *Teoría sociológica moderna*, Madrid, McGraw Hill (2002)
- SÁNCHEZ DE LA YNCERA, I. La *mirada reflexiva de G.H. Mead*. Madrid, CIS (1994)
- WATZLAWICK, Paul., BEAVIN BAVELAS, Jeane, y JACKSON, Don D. *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*. Edit. Herder. Barcelona (1989) [1967]

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- ¿Qué tensión/relación esencial late en los orígenes del pensamiento sociológico? ¿A qué dos grandes corrientes metodológicas da lugar? ¿Qué relación guarda esa tensión originaria con el concepto de comunicación?
- ¿De qué corriente puede considerarse antecedente la Escuela de Chicago?
- ¿Cuáles son lo supuestos básicos del Interaccionismo Simbólico?
- ¿Cuál es la relación entre los conceptos de acción social y comunicación en Haberlas y en Luhmann? ¿En qué difieren?
- ¿Qué significa que un sistema social sea autopoiético? ¿Existe alguna relación entre los conceptos de autopoiesis y feed-back?
- Describa el proceso de diferenciación funcional del sistema de medios de masas según Luhmann
- ¿Cuál es el axioma por excelencia de la Escuela de Palo Alto y qué implica?
- Relacione los conceptos de 'nivel de contenido y nivel de relación' con sus equivalentes en Habermas

BLOQUE II
MODELOS Y TEORÍAS SOCIOCOGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN

5 La comunicación humana como producción, transformación y reconstrucción de sentidos

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Comprender el papel central del lenguaje y el sentido en la comunicación humana.
- Acceder a los fundamentos de una concepción sociológica y pragmática del lenguaje como producción, transformación y reconstrucción de sentido.
- Recoger los rasgos esenciales de las disciplinas sociolingüísticas y filosóficas preocupadas por el sentido como motor de la vida social.
- Acceder a algunos criterios operativos básicos sobre las estrategias de producción de sentido

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. EL GIRO LINGÜÍSTICO Y LA CUESTIÓN DEL SIGNIFICADO

1.1. Introducción

.- La conducta simbólica ocupa un papel central en el ámbito de las acciones humanas. La conducta simbólica es el modo dominante en que tiene lugar la comunicación humana. La comunicación, a su vez, es el ingrediente fundamental en las dos dimensiones constitutivas del ser humano: la identidad individual y la sociedad.

.- No es posible, pues, entender el *yo* y lo social sin recurrir a la idea de comunicación, pero tampoco es posible entender la comunicación humana sin recurrir a la idea de símbolo.

.- Hemos visto que *conducta simbólica* es toda conducta que utiliza símbolos para describir, comprender e intervenir en el mundo (incluyéndonos, por supuesto, a nosotros mismos). La conducta simbólica, por tanto, produce y nace de significados.

.- De acuerdo con G.H. Mead, la interacción simbólica es, precisamente, el tráfico (intercambio, producción, reconstrucción) de sentidos y significados.

.- El ser humano vive, por tanto, en un mundo de sentidos donde prácticamente todo adquiere o puede adquirir una significación. A ese mundo de significados lo llamamos *cultura*. El ámbito de la cultura como universo de sentidos que permiten el conocimiento, la comprensión y la actuación del hombre es lo que Yuri Lotman denomina *semiosfera*. El ser humano no sólo existe, pues, en tanto que ente biológico, en la biosfera, sino también, en tanto que ente significante y significado, en la semiosfera.

.- El *lenguaje* es la conducta simbólica más sofisticada. Podemos, pues, entender el lenguaje no sólo desde un punto de vista normativo (gramática, sintaxis...), sino desde un punto de vista pragmático, es decir, desde la perspectiva de las acciones y las consecuencias de su uso cotidiano. Así entendido, podemos decir que ***el lenguaje constituye la red de todas las acciones significantes posibles*** o, en otras palabras, que la comunicación humana (y, por tanto, también la cognición) se realiza en y por el lenguaje. El lenguaje, decía Wittgenstein, es el ropaje del pensamiento: los límites de nuestro mundo son los límites de nuestro lenguaje.

.- Desde el mismo momento en que el símbolo se convierte en el modo de relación del hombre con su mundo, la cuestión del significado se coloca en el epicentro de los tres vértices que definen la relación hombre/mundo:

.- Tal y como se expresa en la figura 1, en el ámbito de lo humano, la **acción** (la transformación y manipulación de objetos), la **cognición** (la selección e integración operativa de información) y la **comunicación** (la coordinación de conductas) confluyen en el significado. En otros términos: *hacemos, pensamos y decimos desde el significado.*

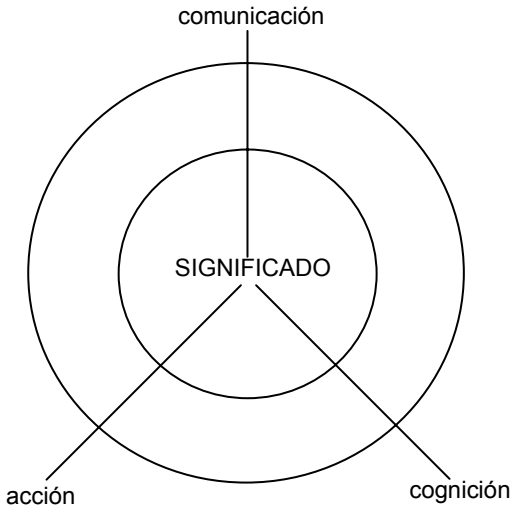


Figura 1
Centralidad del significado en la constitución social, cognitiva e individual

.- En este tema abordaremos la cuestión del significado desde una doble perspectiva:

.- Por un lado esbozaremos un breve mapa de los enfoques que han debatido a lo largo del tiempo el problema de la significación, es decir, los diversos intentos de respuesta a preguntas como: ¿qué es el significado? ¿cómo *producimos* significado? ¿cuál es la relación entre lenguaje, significado y realidad? ¿cuál es la dinámica del significado, es decir, cómo se transforma?, etc.

.- Por otro lado, propondremos una introducción a la semiótica como 'ciencia de la significación' y prestaremos especial atención a su vertiente pragmática, es decir, aquella que se centra en la 'puesta en escena' de los sentidos y sus consecuencias. A este enfoque pragmático que dirige su atención hacia los procesos de producción y negociación de sentido hacemos referencia en el título de este tema, que recuerda la conocida obra de Austin *Cómo hacer cosas con palabras*. Puesto que nos interesa la comunicación desde un punto de vista práctico, este último enfoque nos proporcionará claves interesantes acerca de cómo producir e interpretar redes de sentido (lo que denominaremos genéricamente como 'textos'), que completaremos con la perspectiva semiótica estructural en el tema siguiente.

1.2. La palabra y el mundo

.- La relación entre la palabra y el mundo ha sido objeto del pensamiento humano desde el principio de los tiempos. Prueba de ello es la habitual presencia en diversos contextos míticos y religiosos de la palabra como hecho creador o transformador. Esta presencia es especialmente intensa en el ámbito de las culturas semíticas y en la tradición helénica.

.- Tenemos así, por ejemplo, en la filosofía griega la figura central del *logos*, la idea platónica de la palabra como encarnación de la idea, o la atención al nombre como resultado del acuerdo social, característica de los estoicos. La importancia del nombre en el antiguo Egipto era correlativa de la existencia: decir era equivalente a hacer (así, por ejemplo, si uno se olvidaba de su nombre, creían, dejaba de existir). Algo semejante ocurre en las tradiciones judaica y cristiana, donde el lenguaje adquiere potencialidades creadoras.

.- La relación mágica entre el nombre y la cosa nombrada está directamente vinculada con el origen icónico de los símbolos: era la similitud entre la representación y la cosa representada la que permitía transferir las características de la cosa al símbolo y, posteriormente, utilizar el símbolo en lugar de la cosa: en esta relación se encuentra el origen del 'poder mítico' de la palabra.

.- A partir de este origen icónico instrumental (la palabra como representación que posibilita la manipulación), se instaura una distinción importante: la ***distinción entre significado y referencia***. El significado de "caballo" no es, siguiendo a Saussure, el conjunto de todos los caballos, sino el 'concepto' de caballo. La ***referencia*** es, pues, sólo una dimensión (Fig. 2) del significado (la ***denotación***, según Frege). La otra es el ***sentido*** (la vinculación al concepto).

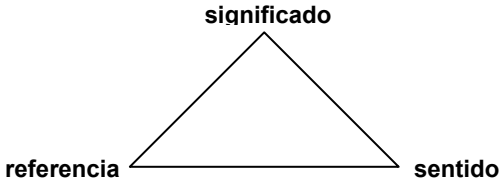


Figura 2

.- Esta distinción va a convertir a la palabra en el puente entre el mundo de las cosas y el mundo de las ideas. Prácticamente toda la filosofía medieval y moderna hasta Kant va a girar en torno al eje mundo/palabra/idea. Sin embargo, la cuestión del significado, aunque suscitó un gran interés en torno al tema de los universales, tendió a permanecer en segundo plano.

.- Durante la Edad Media, por lo general, se da por supuesto que la función del lenguaje es la de una representación y, por tanto, el significado *es* la representación: en términos metafóricos, el pensamiento es un espejo, el lenguaje es el cristal que lo hace posible y el significado es el reflejo que observamos en él. Cuanto más refinado es el espejo (es decir, cuanto más elaborado es el pensamiento y su expresión por el lenguaje), tanto más claro es el reflejo (tanto más evidentes son los significados). El papel del lenguaje quedaba así como mero vehículo del pensamiento. Las investigaciones sobre los modos de significar se centraron así predominantemente en la adecuación entre la idea y el objeto.

.- En el siglo XVIII, Kant va hacer posible un cambio radical de la cuestión al plantear que:

a) El problema central de la filosofía consiste en esclarecer cómo es posible una correspondencia entre las ideas y las cosas.
b) La idea de que todo sujeto conocedor posee unas propiedades estructurales universales que hacen posible (delimitan) la forma en que conoce (elementos *a priori* del entendimiento).

.-Este enfoque va a permitir dar un giro radical a la cuestión del conocimiento. Si antes era el pensamiento el que se adecuaba a los objetos (metáfora del espejo), a partir de Kant va a ser posible concebir la dirección contraria, es decir, que son los objetos los que se adecuan al pensamiento. El lenguaje (como articulación de los conceptos) pasa así de ser un mero espejo de la Naturaleza a ser la red que nos permite atrapar las ideas, la malla a través de la cual vemos el mundo.

1.3. El giro lingüístico y la concepción pragmática del significado

.- A partir de la segunda mitad del siglo XIX, pero especialmente durante el siglo XX tiene lugar en la filosofía un súbito interés por la cuestión del lenguaje. Esta orientación del pensamiento filosófico hacia el lenguaje ha recibido el nombre genérico de "giro lingüístico".

.- El término "giro lingüístico" remite fundamentalmente un punto de partida común: los problemas del conocimiento son esencialmente problemas de índole lingüística. En otros términos, para discutir acerca de cómo conocemos debemos, en primer lugar,

volver nuestra mirada hacia el lenguaje. Esta 'nueva mirada', no obstante, tiene diferentes versiones.

.- Es preciso en primer lugar, tener en cuenta la estrecha relación existente entre lenguaje y lógica para los teóricos del giro lingüístico. Ello supone la aceptación implícita, en mayor o menor grado, de un cierto paralelismo entre las estructuras del lenguaje y las del pensamiento. A todo esto, obviamente, subyace una hipótesis general acerca del doble aspecto sentido/significado: el significado constituye tanto el núcleo del pensamiento como el núcleo del lenguaje (Fig. 3).

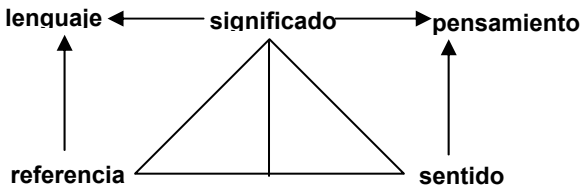


Figura 3

.- Podemos establecer de acuerdo con esto dos corrientes generales dentro del giro lingüístico que corresponden, obviamente, a dos modos de entender esa relación pensamiento/lenguaje como contexto de producción de significados. Esta distinción, a su vez, aparecerá asociada a la distinción entre lenguajes naturales y lenguajes formales.

a) La concepción logicista, que concibe la necesidad de encontrar un lenguaje perfecto universal (una lógica del conocimiento) como expresión precisa de los mecanismos de producción de sentido. El lenguaje vendría así a ser un conjunto de fórmulas cuyos resultados serían los significados, los cuales, a su vez, en tanto que expresiones de conocimiento cierto, constituirían sentidos. De acuerdo con este enfoque, el lenguaje apropiado para la expresión del proceso de significación (producción de sentido) es un lenguaje formal (una lógica).

b) Una concepción pragmatista, que rechaza el concepto de un lenguaje ideal (a) y que, por el contrario, concibe los lenguajes naturales y, en general, las acciones del lenguaje (el uso cotidiano y socialmente contextualizado) como el ámbito en que tienen lugar los procesos de producción del significado.

.- Resumiendo de una manera general, podemos distinguir siguiendo a García Suárez (1997) tres modos generales de concebir el significado:

A	B	C
El significado como expresión de ideas (referencia a conceptos)	**El significado como condición de verdad (referencia a objetos)**	**El significado como uso (referencia a acciones de 'negociación de significado')**
Aquellas teorías que explican el significado por su relación con contenidos mentales (conceptos, ideas, imágenes o representaciones mentales, intencionalidad, etc.).	Aquellas teorías que explican el significado como un resultado de la verdad u objetividad de los enunciados, por su adecuación a los caracteres perceptibles del objeto.	Aquellas teorías que explican el significado como el resultado del uso del lenguaje en el contexto de actividades concretas sociocultu-ralmente mente tipificadas.
Teorías representacionales del significado	**Teorías referenciales o veritativo-condicionales del significado**	**Teorías pragmáticas del significado**

.- Por su mayor relevancia desde el punta de vista de su utilidad en la comunicación social nos interesan especialmente las perspectivas pragmáticas del significado **(C)**, dado que son éstas las que van a fijar su atención en *cómo usamos las palabras*, es decir, qué cosas hacemos con el lenguaje.

.- El cambio de perspectiva del concepto al uso viene especialmente ejemplificado por el viraje teórico de Wittgenstein, cuya obra evoluciona radicalmente de la posición **B** a la **C**. Él mismo critica las teorías referenciales argumentando que suponer que todas las palabras son usadas esencialmente como nombres de objetos sería tan absurdo como suponer que todas las herramientas de una caja de herramientas son usadas siempre de la misma y única manera. Con esto Wittgenstein, hace hincapié en que:

a) El lenguaje es una acción que se enmarca en conjuntos de acciones, que tienen lugar en situaciones socioculturales concretas.

b) El significado depende de la acción en que el lenguaje es usado.

c) El significado se constituye a partir de 'reglas de uso' relativas a situaciones y acciones.

> Los defensores de las teorías del uso llaman la atención sobre el hecho de que el significado de una oración es lo que alguien entiende cuando la oye y es competente en el lenguaje, y que entender una oración es saber usarla: saber cómo verificarla y cuándo aseverarla, saber qué podría llevarnos a rechazarla, saber a qué nos compromete su aceptación, saber qué se sigue de ella y de qué se sigue ella en la inferencia y el razonamiento prácticos.
>
> García Suárez, 1997:486

> En un último análisis es siempre al acto de la palabra en el proceso de intercambio a lo que remite la experiencia humana inscrita en el lenguaje
>
> E. Benveniste

2. SEMIÓTICA Y PRAGMÁTICA

.- El giro lingüístico no sólo va a propiciar un interés general por el lenguaje y sus funciones, sino, como se ha podido ver, también por su valor cognitivo y por su importancia esencial en la vida social. La trayectoria de este redescubrimiento hace derivar al ***giro lingüístico*** en lo que podríamos llamar a su vez ***giro semiótico*** y ***giro pragmático***. Esta trayectoria puede ejemplificarse de manera lineal:

a) La pregunta por el conocimiento remite a la pregunta por el lenguaje (Giro lingüístico)
   conocer => pensar => decir
b) La pregunta por el conocimiento en relación al lenguaje remite a la pregunta por el sentido (la producción y reproducción de sentido)
   decir => significar => dar sentido
c) La pregunta por el sentido (a+b) remite a la pregunta por los actos prácticos concretos en los que se ponen en juego esos procesos. En otras palabras, la pregunta por el sentido nos lleva a la idea de lo social como contexto de producción, reproducción e intercambio de sentidos.
   dar sentido => construir un contexto sociocultural

2.1. La semiótica: orígenes, definición y alcance

.- A principios del siglo XX, dos teóricos (Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure) llamaron separadamente la atención sobre el hecho de que el objeto último del lenguaje y del pensamiento era el mismo: el sentido y el signo. Separadamente uno y otro formularon la necesidad de una "ciencia general del sentido" que llamaron también de maneras parecidas: semiología y semiótica (ambos recurrieron a la voz griega *semeion* = signo)

.- ***C. S. Peirce*** fue un filósofo, lógico y pedagogo americano que concibe el estudio del sentido y su relación con los signos como el marco teórico del que dependen multitud de disciplinas, desde la medicina hasta la lingüística. A la relación de producción de sentido a partir de signos, Peirce la llama relación significante. Peirce llamó ***semiótica*** al estudio de esa relación significante (producción de significados).

> ***Ejemplos de relaciones significantes (y su tipificación)***:
> .- La fiebre es un signo de enfermedad (síntoma)
> .- El humo es un signo de fuego (indicio)
> .- La paloma es un signo de paz (símbolo)
> .- La calavera es un signo de muerte (icono)
> .- La palabra "alumno" es un signo del concepto "alumno" (signo en el sentido de Saussure)

.- ***Ferdinand de Saussure*** fue uno de los principales lingüistas del siglo XIX-XX. Su enfoque como fundador de la semiótica (o, en su caso, semiología) entroncará con la corriente del estructuralismo.

.- El *estructuralismo lingüístico* planteaba que el significado y la organización de una lengua dependían esencialmente de la posición y la relación entre los diferentes elementos (signos, palabras, sentencias...) y, en última instancia, de las relaciones profundas entre los elementos esenciales que configuran las articulaciones de sentido.

.- Para Saussure la lengua y, en general, el signo, son vehículos de ideas. Saussure empleó el símil del ajedrez para expresar esta característica de la lengua: como en la lengua, en una partida de ajedrez las posibilidades (sentido) de una pieza determinada dependen de la posición de todas las otras piezas, de modo que si una sola pieza cambia de posición, cambian las posibilidades de movimiento de todas las demás. Saussure propuso una ciencia del signo a la que llamó ***semiología***:

> "La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por esto es comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc. La diferencia estriba en que la lengua es el más importante de todos estos sistemas. Se puede, pues, concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. Tal ciencia formaría parte de la psicología social y, por consiguiente, de la psicología general. Nosotros la llamaremos Semiología (del griego seméion, signo). Ella nos enseñará en qué consisten los signos y qué leyes los rigen".
>
> Ferdinand de Saussure

.- El giro semiótico pone de relieve dos cuestiones importantes respecto del lenguaje:

a) Que el lenguaje no tiene sólo una función instrumental, es decir, que no sólo sirve para denominar una realidad preexistente, sino que nos permite articularla y conceptualizarla (función simbólica).
b) Que el lenguaje no es el único medio de realizar la función simbólica (es decir, de producir sentido), sino que existen muchos "lenguajes" escondidos en casi todos los aspectos de la vida social y cultural (arte, mito, religión, ciencia, historia, ley, lógica, gestos, etc...)

.- El conjunto de enfoques y objetos de estudio posibles es muy amplio. La semiótica abarca así campos tan diversos como el cine, el teatro, la comunicación animal (zoosemiótica), la sintomatología médica, los sistemas de señales, el análisis del discurso, la cultura, la comunicación en las organizaciones, la publicidad y la comunicación persuasiva en general, música, gestos y comunicación no verbal (kinésica), distribución y organización de espacios (proxémica).

.- En cuanto a los enfoques posibles, podemos distinguir fundamentalmente dos:

1) El enfoque que sigue la tradición teórica de Saussure:
   Pone el acento en la lengua como vehículo de significados y en el origen estructural del significado. El sentido así, según el enfoque saussureano, no dependería del uso del lenguaje, ni de su papel en los contextos sociales o culturales, sino de las relaciones entre los elementos que componen la lengua. La semiótica (o la semiología, de acuerdo con Saussure) en este caso constituiría la base de la lingüística. Entronca con el estructuralismo.

2) El enfoque que sigue la propuesta teórica de Peirce:

Pone el acento en los aspectos lógicos y epistemológicos de la semiótica, es decir, en el papel que juega el sentido en nuestro modo de entender el mundo que nos rodea. Este enfoque de la semiótica puede ser entendido como una ***Teoría general de los hechos de la comunicación***, puesto que trata de cualquier modo de producción y reproducción de significado. Entronca con la pragmática.

2.1.1. Del signo a la cultura (el signo según Peirce y Saussure)

.- Tal y como hemos visto el origen de la semiótica se funda en un interés por la relación entre sentido y signo. El objeto de la semiótica es, pues, la relación significante en todas sus formas posibles. Como ocurre en casi todo, tampoco en el tema de la relación significante existe una teoría semiótica única, sino que se dan varios enfoques.

.- Para Peirce la relación significante es siempre una relación de tres términos:

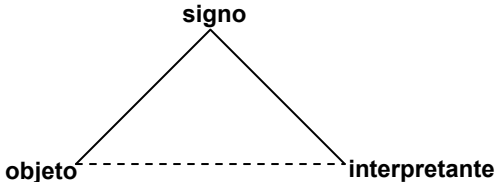


Figura 4
La semiosis según C. S. Peirce

.- Donde ***signo*** es todo aquello que *está en lugar de otra cosa para alguien en ciertos aspectos o capacidades*. Es decir, que un signo siempre significa algo *para alguien*. El ***objeto*** es aquello en cuyo lugar está el signo. "Un signo puede representar una cosa en opinión de alguien sólo porque esa relación (representar) se da gracias a la mediación de un interpretante" (Eco, 1995:32). El ***interpretante*** funciona como el concepto o el sentido general del signo, que permite relacionar el objeto y el signo. Por ejemplo:

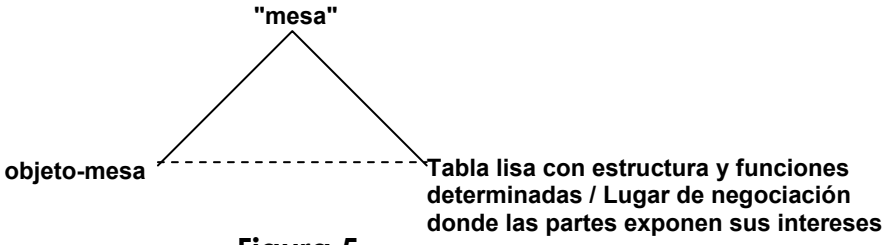


Figura 5

.- De acuerdo con Umberto Eco (*La estructura ausente: una introducción a la semiótica*) el interpretante puede asumir diversas formas:

a) El signo equivalente de otro sistema comunicativo (por ejemplo, la figura de un esqueleto respecto del signo "muerte").
b) El índice que apunta sobre el objeto de referencia en cuestión o un síntoma característico (el dedo que señala una amenaza mortal inminente o la ausencia de pulso, la palidez, etc.)

c) Una definición estandarizada (por ejemplo, la cesación de las funciones vitales)
d) Una asociación emotiva con valor de connotación (por ejemplo, "final", "decrepitud" o "amenaza" respecto del signo "muerte").

.- La peculiaridad del enfoque peirceano es que *el interpretante es siempre otro signo* (o en otras palabras, que el sentido puede constituir el signo de otra relación significante, que apunte a otro sentido, y así sucesivamente), de modo que la relación entre los tres aspectos (***semiosis***) puede repetirse hasta el infinito (semiosis ilimitada):

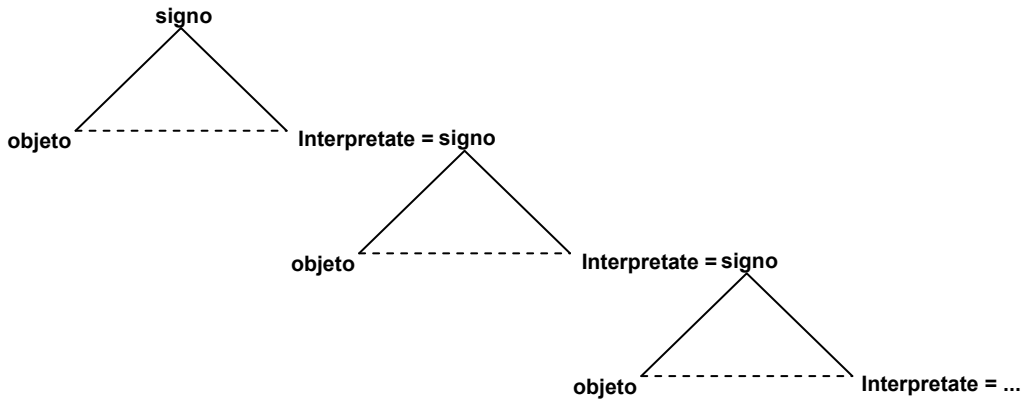


Figura 6
La semiosis ilimitada de C. S Peirce

.- La conclusión de la concepción del signo en Peirce es que el mundo del significado constituye una red infinita de interrelaciones entre signos y sentidos, donde la referencia nos conduce mayoritariamente a otro signo. La propuesta de Peirce entronca así con la idea de Semiosfera que propone Lotman.

.- Para Saussure, en cambio, el signo es una entidad de dos caras:

significante ⟷ significado

.- Donde 'significante' se corresponde con la idea de signo y 'significado' con la de sentido o idea.

.- Otra diferencia importante entre el concepto de signo en Saussure y Peirce es que para Saussure el signo es necesariamente intencional y artificial, mientras que, según Peirce, existen signos no intencionales (atencionales), como por ejemplo, el humo o el comportamiento de una persona; y signos naturales, como, por ejemplo, el síntoma médico.

.- La perspectiva peirceana es la que permite extender el ámbito de la significación al ámbito de la comunicación: todo lo que comunica (en el ámbito humano) tiene sentido y todo lo que tiene sentido es un proceso semiótico. Por tanto, toda comunicación humana es un proceso semiótico.

.- Existen muchas clasificaciones de signos, algunas muy complejas y extensas. A título ilustrativo nombraremos la conocida clasificación tripartita de Peirce:

ICONO	El icono es un signo que remite al objeto que denota en virtud de su semejanza. Son iconos, por ejemplo, los dibujos, los diagramas, las onomatopeyas, las imágenes mentales, etc.
INDICE	El índice es un signo que remite al objeto que denota en virtud de su conexión física o causal. Son índices, por ejemplo, los síntomas médicos, la posición del barómetro, una veleta, el dedo que apunta a un objeto, etc.
SIMBOLO	El símbolo es la clase de signo que remite al objeto que denota en virtud de una ley (o acuerdo general) que determina la relación de interpretación entre el símbolo y el objeto. El ejemplo más característico es el del signo lingüístico.

.-Partiendo del estudio de la relación significante entre signo y sentido, la semiótica abarca un enorme y confuso ámbito de estudio. Umberto Eco (1995) identifica en dos aspectos los ***límites del campo de estudio de la semiótica***.

.- El ***límite inferior*** lo constituye el signo: no hay semiótica por debajo del signo. Un signo sin significado no es un signo, sino una entidad física sin relevancia semiótica. La frontera del significado la constituye la relevancia estadística, que designa la frecuencia de aparición de una señal. Así, en el límite inferior de la semiótica nos encontramos con las teorías de códigos, como la Teoría Matemática de la Información.

.- El ***límite superior*** lo constituye la cultura, es decir, el ámbito donde se desarrollan todos los actos humanos posibles. Según Umberto Eco (1995:44), "... la cultura por entero es un fenómeno de significación y de comunicación [...]. Humanidad y sociedad sólo existen cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación". La cultura, desde un punto de vista semiótico, es concebida como un sistema de significaciones que, de un modo físico (instrumentos y tecnologías) o conceptual (significados y procedimientos o técnicas), transforma las relaciones entre el hombre y la naturaleza, regula las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales institucionalizadas y el intercambio de bienes económicos.

2.1.2. Los tres órdenes de regularidad semiótica

.- Morris (1938) distingue tres órdenes de regularidad semiótica, es decir, tres modos fundamentales de relación entre los participantes en una relación significante (sujetos, signos, significados).

(a) La ***sintaxis*** estudia la relación de los signos entre sí.
(b) La ***semántica*** estudia la relación existente entre los signos y sus significados.
(c) La ***pragmática*** estudia la relación existente entre los signos y sus usuarios

.- Como se puede observar, la semiología de Saussure centra su atención en los aspectos sintáctico-semánticos (a+b) del sentido, mientras que la semiótica de Peirce centra su atención en los aspectos semántico-pragmáticos (b+c) del sentido.

.- En el acto de significar, como ha señalado Barthes (1978), los tres órdenes interactúan necesariamente entre sí, es decir, que si queremos significar, necesariamente organizamos sentidos (b) conforme a códigos de signos (a) en un contexto sociocultural temporal y espacialmente determinado (c).

.- Concebir la semiótica como una teoría general de la comunicación humana implica prestar especial atención al orden pragmático de la significación, es decir, a la dimensión psicológica y social. *Recurrir a la pragmática implica reconocer que los significados no son independientes del mundo en que nacen y circulan, sino que forman parte de las acciones sociales, afectivas y expresivas a través de las cuales vivimos en sociedad.*

2.2. El giro pragmático

.- El interés por las consecuencias y el papel del acto de comunicación en el terreno de lo social y lo psicológico no ha sido, sin embargo, exclusivo de la semiótica. Durante el siglo XX los filósofos del lenguaje, los sociólogos, los lingüistas, los psicólogos y los comunicólogos, entre otros, han prestado especial atención a la *semiosis como acción social*, es decir, la concepción de la significación como un acto realizado en sociedad y, por tanto, sólo describible desde lo social.

> «El lenguaje produce relaciones intersubjetivas, y es, al mismo tiempo, su producto»
>
> Lozano, Peña-Marín y Abril, 1989:171

.- Es posible advertir las condiciones de posibilidad del giro pragmático en la distinción que hace Saussure entre lengua y habla. En este sentido, el territorio de la pragmática sería aquel en el que se interrelacionan de manera profunda lengua y habla (norma y uso). El giro pragmático consiste, pues, en el interés por los aspectos sociales y culturales del lenguaje como acción (uso social del lenguaje). El giro pragmático surge originariamente en filosofía del lenguaje y antropología (Cfr. 2.2): después de que Wittgenstein llamara la atención sobre el valor significante del uso, comenzaron a elaborarse numerosos estudios sobre los contextos en que se utilizan los significados y cómo estos contextos producen y transforman los significados.

> «Con Wittgenstein se abre la perspectiva teórica de una pragmática alternativa a la lingüística funcional: en lugar de "funciones" del lenguaje (referencial, expresiva, etc.) se hace posible discriminar tipos de actividad discursiva y, con ellos, formas específicas de modificación de las relaciones humanas *en* y *por* el lenguaje»
>
> (Ibid.: 173)

2.2.1. Actos lingüísticos y actos de habla

.- K. Buhler distingue entre acto lingüístico y acción lingüística. Mientras que la ***acción lingüística*** hace referencia a la función instrumental del lenguaje (esto es, el lenguaje

como medio para un fin u objetivo), el ***acto lingüístico*** constituye la cualidad significante del lenguaje, esto es, la capacidad de producir y reproducir significado.

> EJEMPLO:
> Una misma acción lingüística puede ser cumplida mediante dos actos lingüísticos radicalmente diferentes. Así, por ejemplo, la misma acción de invitar a unos trabajadores a retornar a su jornada laboral puede ser realizada mediante dos actos enunciativos (actos lingüísticos en este caso):
> (a) /Os recuerdo que son las cuatro y diez/
> (b) /¡Al tajo, idiotas!/ (Ibid.:172)

.- Austin profundiza en la distinción esbozada por Buhler y plantea su ***Teoría de los Actos de Habla***. El concepto austiniano de acto de habla hace referencia a "aquello que hacemos al decir", esto es, a las acciones que realizamos (a parte de la propia expresión) cuando expresamos algo. Austin distingue entre enunciados constatativos y enunciados performativos. Los ***enunciados constatativos*** son todos aquellos enunciados susceptibles de ser declarados verdaderos o falsos. Por ejemplo:

(a) /La asignatura es difícil/

.-Sin embargo, desde el punto de vista de la pragmática nos interesan mucho más los segundos: Son ***enunciados performativos*** todas aquellas expresiones que cumplen la acción que enuncian. Por ejemplo:

(b) /*Declaro* decir toda la verdad/
(c) /*Prometo* estudiar para el próximo parcial/
(d) /Te *felicito* por tu trabajo/

.- Podemos, en principio, afirmar que la expresión (a) describe un hecho (que la asignatura es difícil). Asimismo, podríamos decir que, por ejemplo, la expresión (b) también describe un hecho (que declaro decir toda la verdad). Sin embargo, a diferencia de la expresión (b), la expresión (a) constituye *ella misma* el hecho que describe, es decir, la declaración de la verdad. Así pues, en las expresiones performativas *decir algo es hacer algo*.

.- La peculiaridad de las expresiones performativas es que *construyen y legitiman la autoridad del hablante*. Sin una autoridad legitimada del enunciador, no sería posible la "orden", la "declaración", la "promesa", la "amenaza" o la "felicitación". El acto performativo construye al tiempo que 'aplica' esa autoridad. Dicho de otro modo, en su gran mayoría las expresiones performativas suponen un ejercicio de poder a través del lenguaje.

.- Esa autoridad del enunciador se denomina *competencia* y nos remite a personajes sociales en el discurso muy semejantes al concepto de rol y que podríamos denominar 'figuras': el juez, el amigo, el periodista, el político, el testigo, el portavoz, el profesor, el alumno, etc... Estas figuras, como los roles, organizan sistemas de comportamiento que encauzan las acciones posibles en una situación dada. Lozano, Peña-Marín y Abril (Ibid.:181) proponen una tabla de clasificación de los enunciados performativos:

Tipo performativo	Institución que respalda la acción	Requisito esencial exigido al agente	Posición actancial
Actos de autoridad (mandatos, declaraciones, etc.)	Una institución jurídica o un "poder reconocido"	*Legitimidad* dimanada de la institución.	El sujeto se presenta en su acto como *portavoz* o *instrumento* de la institución.
Compromisos (promesas, amenazas, afirmaciones, etc)	Reglas cooperativas y otras que sancionan la coherencia del comportamiento, la responsabilidad de los sujetos, etc.	*Sinceridad*, asunción abierta de tales reglas	El sujeto se presenta como origen o *remitente* del acto que ejecuta, como *persona social*.
Fórmulas	Códigos de etiqueta y de cortesía	Corrección en el uso de las expresiones correspondientes	El sujeto aparece como un actor comprometido con ciertos deberes sociales, ejecuta un *rol* relativo a una posición interaccional.

.- Algunos enunciados constatativos tienen también un valor performativo. Así por ejemplo, los enunciados:

(a) /Cuidado con el perro/
(b) /Viene la policía/

no tienen sólo un valor constatativo (/el perro es peligroso/ o /la policía viene/), sino también un valor performativo implícito:

(a') /Te *advierto* de que el perro es peligroso/
(b') /*Afirmo* que viene la policía/

.- Lo dicho hasta aquí equivale a suponer que (1) todo enunciado realiza una acción, y (2) todo enunciado supone un acto de construcción del enunciador (competencia modal). De tal modo, es posible entender enunciados meramente constatativos, en términos implícitos, con valor performativo (Ibid.:186):

(a) /Me vuelve a doler la maldita cabeza/
(b) /Te ruego que me acerques las aspirinas/

.- Este aspecto de los enunciados performativos nos remite directamente a la cuestión de las presuposiciones. Sin embargo, antes es conveniente detenernos en las implicaciones que el análisis de los enunciados performativos tiene para los actos de habla.

2.2.2. Locución, ilocución y perlocución

.- El análisis de los enunciados performativos pone de relieve que todo *decir* conlleva un *hacer*. El acto de habla, por tanto, se desdobla en tres tipos de acto: el acto *de* decir algo, el acto que tiene lugar *al* decir algo, y el que acontece *por* decir algo. Austin los denominó respectivamente acto locucionario, acto ilocucionario, y acto perlocucionario.

.- Todo acto de habla, por tanto, consiste simultáneamente en locución, ilocución y perlocución.

.- El ***acto locucionario*** hace posible el uso del significado y la referencia. Es el acto que corresponde a la función constatativa e implica los órdenes sintáctico y semántico.

.- El ***acto ilocucionario*** hace posible realizar acciones *al* decir: es el acto que se corresponde con la función performativa y nos permite, por ejemplo, interpretar (a) como un ruego (b). El acto ilocucionario implica los órdenes semántico y pragmático.

.- El ***acto perlocucionario*** implica la incorporación al acto de habla de la reacción de los hablantes, es decir, de los efectos de la locución y la ilocución, los cuales afectan a la interpretación del sentido y a la expresión de nuevos enunciados (encadenamiento). El acto perlocucionario implica esencialmente el orden pragmático.

En el ejemplo anterior:

(a) /Cuidado con el perro/

(a.1) El sentido /aquí hay un perro/ corresponde al acto locutivo

(a.2) El sentido /advierto de que el perro es peligroso/ corresponde al acto ilocutivo

(a.3) La reacción de prevención o alerta corresponde al acto perlocutivo

3. TEXTO Y DISCURSO

3.1. El problema de una unidad de análisis para la pragmática

.- La sintaxis y la semántica no suelen plantear excesivos problemas en la delimitación de sus unidades de análisis (fonemas, signos, frases, morfemas, semantemas, monemas...). Sin embargo, en el caso de la pragmática es diferente: resulta difícil definir una unidad básica de análisis de la pragmática. De hecho, la teoría de los actos de habla que perfiló Austin y después completó Searle, constituye un intento de delimitar la unidad de análisis básica de la pragmática o, en otros términos, de definir la pragmática como la rama dedicada al estudio de los actos de habla.

.- Esta dificultad a la hora de delimitar las unidades de análisis de la pragmática reside esencialmente en la naturaleza continua, fluida y reticular de todo acto lingüístico (y, por extensión, de toda comunicación). Un acto lingüístico se da siempre en un contexto, junto con otros actos lingüísticos con los cuales mantiene relaciones de contigüidad, oposición, proximidad, lejanía, etc. Resulta, por tanto difícil decidir dónde establecer los límites en el encadenamiento entre actos lingüísticos.

.- Así pues, el concepto clave a la hora de delimitar una unidad de análisis para la pragmática es la ***acción*** o el ***acto***. No obstante, nos encontramos nuevamente ante el mismo dilema: fijar nuestra atención 'dentro' de la lengua o 'fuera' de ella.

.- Si fijamos nuestra atención en la acción como elemento externo a la lengua (o, dicho de otro modo, en l*a lengua como aspecto de una acción*), nos encontramos con unidades de análisis como el ***acto de habla***, la ***conversación***, o el ***acto intencional*** (Grice).

.- Si fijamos nuestra atención en la acción como elemento interno de la lengua (o, dicho de otro modo, en *la acción como un aspecto de la lengua*), nos encontramos con el ***relato*** (en el sentido genérico de un encadenamiento de acciones narradas). A medio camino entre la lingüística, los estudios literarios y la semiótica, la ***narratología*** ha sido planteada por Todorov (1969) como "ciencia del relato". La semiótica estructural francesa de Greimas y otros recogerá muchas de las aportaciones de la narratología, hasta el punto de que en no pocas ocasiones se confunden narratología y semiótica textual.

.- Sin embargo existe una doble categoría capaz de unificar estas dos perspectivas (interna y externa) de la acción en la lengua. Se trata de los conceptos de texto y discurso. En torno a estas dos categorías se constituye la ***semiótica textual***.

.- La ***semiótica textual*** es, pues, aquella semiótica que toma el texto como objeto de estudio. La orientación sociocultural característica de este tipo de estudios convertirá al texto en la unidad de análisis por excelencia de la pragmática. La vertiente metodológica de la semiótica textual dará a luz, entre otros, al ***análisis del discurso*** (el conjunto de métodos y técnicas de análisis semiótico de textos y/o discursos).

3.2. El texto y el discurso

3.2.1. Definiciones aproximativas

.- La clave de la trayectoria de una semiótica del signo a la semiótica del texto la encontramos nuevamente en la cuestión del significado. Tanto Peirce como Saussure concebían la lengua como un sistema de significación. La pragmática había contribuido a colocar la significación en un contexto social y cultural de uso, con lo que se hacía necesario admitir que dicha significación no podía proceder de la mera conjunción de signos. Así Benveniste (1977) advierte que no es la suma de signos la que produce el sentido, sino el funcionamiento textual. Para Bajtin (1977) el texto constituye el objeto central de referencia para el sentido y, por extensión, para el pensamiento.

Pero ¿qué es un texto? ¿en qué se diferencia del discurso?

> «De acuerdo con el uso extendido en la pragmática textual, definiremos el ***texto*** como una *cadena lingüística [...] que forma una unidad comunicacional* [...]. La noción de texto no se sitúa pues en el mismo plano que la de oración (o de proposición, sintagma, etc). Las estructuras textuales, aunque vienen realizadas por estructuras lingüísticas, constituyen entidades comunicacionales: "Un texto no es una estructura sistemática inmanente, sino una unidad funcional comunicacional" (H.F. Plett, 1975). En cuanto a la relación entre texto y discurso, ésta va a depender evidentemente de la definición que se ofrezca de este último término. Si se define el ***discurso*** como todo *conjunto de enunciados emitidos por un enunciador y caracterizados por una unidad global del tema (topic)*, entonces, el discurso puede o bien coincidir con un texto (es el caso de la comunicación escrita, donde la unidad comunicacional y la unidad temática generalmente suelen coincidir); o bien estar integrado por varios textos (en una conversación) »
>
> (Ducrot, 1996: 547)

.- En resumen, lo que caracteriza al texto es su función comunicacional, mientras que lo que caracteriza al discurso es su unidad temática. Otro aspecto diferenciador importante es el carácter procesual: mientras que el texto presenta un carácter estático o momentáneo, el discurso se caracteriza por ser un proceso (*discurso* es 'lo que ha discurrido'). En este último sentido es posible afirmar que *todo texto es un momento de un discurso*.

.- Así, por ejemplo, un editorial de un periódico sobre la ruptura de la tregua de ETA constituye un texto, mientras que 'lo que ese periódico dice' acerca del tema constituye el discurso del 'periódico X sobre la ruptura de la tregua de ETA'. Más aún, en la medida en que el discurso del periódico X sobre el tema en cuestión se adecua a (o forma parte de) otro discurso más amplio, puede hablarse, por ejemplo, del 'discurso mediático', 'discurso institucional', o el 'discurso de los demócratas', etc...

.- Por otra parte, algunos autores llaman la atención sobre el hecho de que un texto no es únicamente un enunciado gramatical (hablado o escrito), sino cualquier *conjunto sígnico coherente* (Lotman): así, es posible interpretar como texto una carta, un gesto, una conducta, una señal de tráfico, una construcción arquitectónica, una imagen o una secuencia de imágenes (largometraje, reportaje, anuncio, fotografía...), incluso una disposición de objetos en el espacio (por ejemplo, una clase).

.- En este sentido, retomando en ejemplo anterior, podríamos afirmar que 'el discurso mediático sobre la ruptura de la tregua de ETA' se compone de una multitud de textos: escritos (editoriales, noticias, crónicas, etc.), hablados (declaraciones, entrevistas, debates, etc.), en imágenes (fotografías, tiras cómicas, declaraciones, entrevistas, debates, reportajes, etc.).

3.2.2. La expresión textual: texto escrito, texto icónico, texto audiovisual.

.- Hemos definido el texto como una unidad funcional comunicacional. Aunque nuestro objeto principal de interés son los textos lingüísticos (escritos o hablados), existen textos o unidades funcionales comunicacionales no lingüísticos. Para dilucidar esta cuestión, recurriremos a una tipología de los textos atendiendo a la naturaleza de su expresión/percepción.

.- Insistimos en recordar que, tal y como propone Van Djik, centraremos nuestra atención sobre lo que denominamos textos naturales, por oposición a los textos literarios.

a) Textos lingüísticos

.- Denominamos textos lingüísticos a aquellas unidades funcionales comunicacionales cuya expresión y percepción exige de los usuarios (enunciador e interlocutores) competencia lingüística.

.- Se trata de textos escritos o hablados en los que la estructura textual se constituye y se reconstruye mediante los recursos característicos de un sistema lingüístico.

.- Los textos escritos presentan una serie de características interpretativas diferenciadoras, tales como: distancia respecto de la situación de la enunciación,

anonimato, abstracción de los sujetos de la enunciación (autor/lector), recursos expresivos codificados en el estilo, la forma, y las estructuras del lenguaje escrito, etc. De ello nos ocuparemos especialmente en el tema 6.

.- Los textos hablados presentan como principales características diferenciadoras: dependencia respecto de la situación de la enunciación, mayor incidencia interpretativa del contexto, fuerte valor significativo de aspectos no lingüísticos, tales como el tono, las pausas, los gestos, los movimientos, etc.

b) Textos icónicos

.- Denominamos textos icónicos a todos aquellos textos cuya expresión se realiza a través de signos icónicos e indiciales (imágenes y símbolos indiciales).

.- Por tanto, dentro de la categoría de textos icónicos entrarían textos como:

- señales (el sistema de señalización de tráfico o el sistema de señalización de un edificio)
- fotografías
- viñetas
- cómics
- montajes publicitarios (vallas, carteles, etc)

.- La principal peculiaridad de los textos icónicos es que el signo icónico no constituye un lenguaje en el sentido estricto de la expresión. Aunque los textos icónicos se construyen de un modo convencional (existen normas y reglas de uso e interpretación) no existe una 'gramática de la imagen' propiamente dicha.

.- Otro aspecto relevante es el fuerte valor indicial de la imagen, que en nuestra cultura es especialmente importante. Esto es lo que nos conduce a conceder un valor cognitivo suplementario a las imágenes: la imagen tiene en nuestra cultura un valor añadido de "realidad".

.- En los textos icónicos se observa una mayor diferenciación complementaria entre los recursos narrativos y los recursos de significación:

a) Los recursos narrativos aparecen monopolizados por el contenido de la imagen (signo icónico).
b) Los recursos significativos se distribuyen en numerosos aspectos que, aunque no constituyen signos, sí plantean connotaciones de significado y directrices interpretativas: así, por ejemplo, la perspectiva, el tono, los contornos, la textura, los colores, el encuadre, la composición, la sucesión, etc., orientan la interpretación del signo icónico.

c) Textos audiovisuales

.- Los textos audiovisuales se caracterizan por el movimiento y por la incorporación del sonido y el lenguaje hablado a las posibilidades expresivas de la imagen.

.- Al incorporar el movimiento, los textos audiovisuales presentan una cualidad narrativa mucho más marcada que en el caso de los textos icónicos: resulta mucho

más fácil expresar e interpretar la sucesión de acciones en un texto audiovisual que en un texto icónico.

.- Al igual que en el caso de los textos icónicos, los textos audiovisuales incorporan una amplia gama de recursos significativos: movimiento de los objetos y la cámara (punto de vista), enfoque, efectos de sonido, música, voces, etc.

.- A diferencia de los textos icónicos, los textos audiviosuales, por su fuerte cualidad narrativa, monopolizan gran parte de su organización en torno a la figura del enunciador/narrador. Es, por tanto mucho más evidente a efectos de interpretación el enunciador/narrador de un anuncio de televisión que el de la fotonoticia de un periódico.

3.3. La narratividad de las estructuras profundas.

.- Desde la escuela estructuralista francesa y así como Umberto Eco en *Lector in Fabula*, enfatizan la caracterización profunda de toda estructura de sentido como una estrauctura narrativa. En otras palabras, todo texto posee o implica una estructura narrativa.

.- Por ejemplo, un texto argumentativo implica una serie de sujetos posicionados respecto de objetos (valores, ideas, razonamientos) y una serie de acciones por parte de sujetos (argumentación) en relación a esos objetos. En este sentido la argumentación puede describirse en términos narrativos como un encadenamiento de acciones sobre objetos-valor así como sobre sujetos relacionados con esos objetos.

.- La importancia de las estructuras narrativas no sólo se da en función de su preeminencia entre otros tipos de estructura, sino que alcanza rasgos cognitivos: el relato es una de las primeras formas de organizar nuestra percepción de la realidad y es observable su importancia primordial en el desarrollo del niño tanto como en las fases primeras de la evolución de nuestra especie. El hombre comprende su mundo a través de la narración (mitos, relatos, cosmogonías, etc).

.-En las sociedades contemporáneas, los medios de comunicación constituyen sin duda la principal fuente de relatos productores de sentido para la comprensión del mundo social y de nuestra vida cotidiana.

3.4. Presuposiciones e inferencias

3.4.1. Definiciones

.- Precisamente porque el texto es una unidad funcional comunicativa que sirve de unidad de análisis para la pragmática, éste requiere la cooperación activa del intérprete. El texto es una construcción cooperativa, en la que los interlocutores ponen en juego su dominio de una serie de reglas de articulación y reconstrucción de sentidos. A este dominio de las reglas interpretativas (es decir, al grado de 'destreza interpretativa') lo denominamos ***competencia lingüística***, si hacemos referencia a un texto lingüístico, o ***competencia comunicativa***, si hacemos referencia al texto en general.

.- El siguiente ejemplo, tomado de Sacks en Lozano, Peña-Marín y Abril (Op Cit.: 20) puede servirnos de ilustración:

> A partir del texto /El niño lloraba. La mamá le alzó/, interpretamos inmediatamente que se trata de *su* mamá y que alza al niño *porque* éste llora, aunque ninguno de estos aspectos aparezca explícitamente en el texto.

.- El texto se presenta entonces como una *actividad* que pone en juego lo dicho en relación con lo no dicho, lo presupuesto. Si digo /enciende la luz/, entenderemos que me refiero a la luz de esta sala, aunque no haya ninguna referencia a ello en lo dicho.

.- Para Stalnaker (1978), una ***presuposición*** es una *proposición cuya verdad se da por descontada en las prácticas conversacionales, de modo que sin ser expresada puede intervenir como premisa de un argumento o como una instrucción para la interpretación* (Ibid.:207).

.- Lo característico de las presuposiciones es que no son posibles por una relación entre proposiciones, sino por una *relación entre las proposiciones y los sujetos que las usan*. Las presuposiciones, por tanto, son un hecho comunicacional, más que un hecho lógico o lingüístico.

.- Esta observación nos sirve para diferenciar presuposición e inferencia. Una ***inferencia*** es *una operación lógica que establece una relación implícita entre proposiciones*. Así, la proposición /los seres humanos son mortales/ implica que /Si Sócrates es un ser humano, entonces Sócrates es mortal/.

.- La diferencia, pues, se establece *entre lo que aparece lógicamente implicado por lo que se dice (inferencia) y lo pragmáticamente implicado por el hecho de decirlo (presuposición)*.

Por ejemplo, si, hablando de "Rex", digo /Me gustan los perros/

(a) /Rex es un perro/ es una presuposición

(b) /Me gusta Rex/ es una inferencia

.- La idea de presuposición pone en juego hipótesis sobre las intenciones y capacidade comunicativas de los hablantes. Por ello, presuposiciones e inferencias se aproximan mucho lo que Grice ha denominado ***implicaturas conversacionales*** (niveles de implicación de intercambios conversacionales, como en los ejemplos anteriores).

3.4.2. Clases de presuposiciones

.- Ducrot (1980) señala tres grandes grupos de presuposiciones, en función de su modo de producción:

a) Presuposiciones generales

Son independientes del texto enunciado y se pueden concebir como los supuestos generales a partir de los cuales es posible una comunicación. Por ejemplo, la presuposición acerca de la competencia lingüística y comunicativa de los interlocutores, presuposiciones sobre el contexto de la enunciación (el "mundo" y el "momento" en que nos encontramos...), etc.

b) *Presuposiciones ilocutivas*

Son las presuposiciones directamente derivadas del acto de la enunciación. Por ejemplo, al hacer una pregunta, presuponemos que nuestro interlocutor se halla en condiciones de respondernos.

c) *Presuposiciones lingüísticas*

Son aquellas presuposiciones ligadas a la presencia de determinadas formas y estructuras lingüísticas y/o discursivas.

Por ejemplo, un fundido en negro en una secuencia de imágenes introduce un cambio de lugar, de tiempo o de tema

En el caso de la lengua escrita o hablada, Ducrot distingue varias clases de presuposiciones de este tipo:

c.1) Presuposiciones existenciales:

Cuando aparece un grupo nominal precedido de un artículo, se presupone la existencia del objeto designado en el contexto de referencia.

Por ejemplo, en la frase /El portavoz de la banda terrorista abandonó las conversaciones/ queda supuesta la existencia de un portavoz de la banda terrorista, sobre el que se anuncia el abandono de su participación en las negociaciones.

c.2) Presuposiciones verbales:

Cuando un verbo principal describe la transición entre dos estados, queda supuesta la realización del primero de ellos.

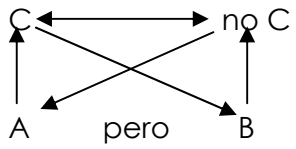
Por ejemplo, en la frase /Roldán ha ingresado en prisión/ se presupone la libertad anterior de Roldán.

c.3) Presuposiciones de construcción:

En construcciones del tipo /es X quien.../ se presupone que hay necesariamente alguien que realiza la acción enunciada.

Por ejemplo en la frase /Es el Gobierno quien entorpece las negociaciones/ se presupone que hay alguien que entorpece las negociaciones

Otro tipo de construcción presupositiva habitualmente utilizado es el que se realiza mediante la partícula "pero". Esta partícula, en contra de lo que suele suponerse, no contrapone dos partes de una proposición (A pero B), sino que remite a una relación entre A y su consecuencia general (C) para después negarla (no C)



Por ejemplo, en la frase

/Es banquero, pero honrado/

se presupone que

(A□C) Todos los banqueros son tramposos (ninguno es honrado)

(B□no C) Hay un banquero que no es tramposo:

CONCLUSIÓN: a) Refuerza la regla (C excepto B)

b) Refuta la regla (B, luego no C)

Otro tipo de construcción presupositiva muy común es el que conlleva el uso del condicional, que presupone una negación de la acción enunciada.
Por ejemplo:

/ETA negociaría si.../ presupone que actualmente ETA no negocia.

c.4) Presuposiciones adverbiales

Son todas aquellas que se derivan del uso de partículas adverbiales del tipo "ya", "todavía", "de nuevo", "otra vez", "sólo", "también", etc.
Por ejemplo:

(a) /El gobierno sólo trasladará al País Vasco a los presos enfermos/ presupone que el número de presos es insuficiente para cumplir los objetivos asignados a esa acción.

(b) /El Gobierno todavía no ha contestado a la carta de ETA/ presupone que la acción enunciada no ha sido realizada con anterioridad. Es posible también presuponer que se realizará la acción (habrá una contestación). En función del contexto, también es posible presuponer un juicio de valor al respecto (/ya debería haber contestado/).

3.4.3. Contextualidad e intertextualidad

.- Las presuposiciones son el punto de unión entre el texto y los enunciadores, y constituyen no sólo una herramienta clave en la interpretación del sentido, sino también un poderoso instrumento para la comunicación persuasiva.

.- La competencia lingüística y comunicativa que requiere su uso pone también en juego dos conceptos complejos, de idéntica importancia en la interpretación de los sentidos y las intenciones de los enunciadores: contexto e intertexto.

.- Dada su complejidad, la idea de contexto es difícil de definir de manera positiva (diciendo lo que es), de modo que es más apropiada una definición negativa (que delimita lo que no es). Así, el ***contexto*** es todo aquello que *no* es el texto y que, sin embargo, resulta relevante para su interpretación. El contexto, por tanto, abarca el 'universo' de la enunciación (cuándo se dice, quién lo dice, cómo lo dice, a quién lo dice, dónde lo dice, etc.) y el 'universo' de referencia (el ámbito de significados y objetos a que hace referencia el texto).

.- Dentro del contexto se encuentra también el conjunto de todos los textos conocidos por los interlocutores. Cuando se da una relación interpretativa entre varios textos, hablamos de ***intertextualidad***.

.- Por ejemplo, el contexto de El Quijote abarca la España del siglo XVII, la biografía de Cervantes y el momento de la escritura, así como las referencias internas del texto (costumbres, regiones, oficios...), mientras que el 'intertexto' más evidente de El Quijote lo constituyen las novelas de caballería.

.- Las relaciones entre texto, contexto e intertexto constituyen la condición de posibilidad de las presuposiciones. Así pues, todo texto remite a y se nutre de otros textos, así como construye y es construido desde un contexto.

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Selección de un texto periodístico, informativo o argumentativo, y evaluación de las inferencias y presuposiciones más relevantes del mismo, así como sus relaciones intertextuales.

- Selección de un texto publicitario, de naturaleza verbo-icónica (gráfica) o audiovisual (spot), y evaluación de las inferencias y presuposiciones más relevantes del mismo, así como sus relaciones intertextuales.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- BARTHES, R. *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, (1997)
- BROWN, G. & YULE, G. *Análisis del discurso*, Madrid, Visor, (1993)
- DIJK, T. Van. *La noticia como discurso*, Barcelona, Paidós, (1990)
- DIJK, T. Van. *La ciencia del texto*. Barcelona, Paidós. (1996)
- ECO, U., *Lector in fabula*, Barcelona, Lumen, (1981a)
- ECO, U. *La estructura ausente*, Barcelona, Lumen, (1981b)
- ECO, U. *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen, (1997)
- ENTREVERNES (Grupo de) *Análisis semiótico de los textos*, Madrid, Gredos, (1977)
- GREIMAS, A. J. *En torno al sentido. Ensayos semióticos*, Madrid, Fragua, (1973)
- LOZANO, J., PEÑA-MARIN, C., & ABRIL, G. *Análisis del discurso*, Madrid, Cátedra, (1979)
- RODRÍGUEZ, R. y MORA, K. *Frankenstein y el cirujano plástico: Una guía multimedia de semiótica de la publicidad*. Alicante, UA (2002)

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- ¿Respecto de qué factores afirmamos que el significado juega un papel central?
- ¿Qué cambio de concepción introduce Kant en lo relativo a la relación entre conocimiento y lenguaje?
- ¿Cómo se denomina a la corriente filosófica que desplaza el centro de reflexión del conocimiento al lenguaje?
- ¿Qué autores dan origen a la semiótica y cómo la conciben?
- Explique brevemente en qué consiste la semiosis ilimitada.
- ¿Cuáles son los tres órdenes de regularidad semiótica según Morris?
- Defina el concepto de 'acto de habla' y explique cuáles son sus tres dimensiones.
- Distinga entre texto y discurso.
- Distinga entre presuposiciones e inferencias. Enumere y explique algunos ejemplos.

BLOQUE II
MODELOS Y TEORÍAS SOCIOCOGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN

6 Las bases del análisis semiótico estructural del texto: modalizaciones y estructuras actanciales

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Conocer los supuestos de la semiótica estructural como base para el análisis del texto.
- Conocer y manejar las modalizaciones como herramienta argumentativa esencial y como eje de la coherencia textual.
- Reconocer las estructuras narrativas profundas inherentes a los textos no narrativos.
- Conocer y manejar los usos de la voz y el enfoque como estrategias de producción de sentido y de articulación discursiva.

B CONTENIDOS BÁSICOS

Introducción

.- Como hemos planteado en el tema anterior la semiótica estructural fundamentada en las aportaciones de Hjemslev y Greimas y característica de la denominada Escuela de París, parte de las siguientes premisas:

- El sentido viene dado por las estructuras profundas, es decir, por las combinaciones entre elementos latentes del texto que los productores del texto ponen en juego
- Las estructuras profundas de los textos son eminentemente narrativas, incluso en el caso de textos no narrativos, como la argumentación. En cualquier caso, el texto es descodificado en clave narrativa y la enunciación se incluye (explícita o implícitamente) en los textos en forma narrativa (explícita o implícitamente).

.- Es preciso tener en cuenta que, como al estructuralismo en general, a la semiótica estructural se le ha criticado con frecuencia en concebir al texto como algo fijo y estable, independiente de la acción de los enunciadores/intérpretes. Esta es,

precisamente, la principal aportación de la pragmática, que hemos visto en el tema anterior: la de incluir en el análisis del lenguaje la acción de los sujetos hablantes y concebir por tanto el texto como un proceso o un conjunto de acciones.

.- En este tema expondremos algunos de los conceptos básicos aportados por la semiótica para el análisis de textos, sobre los cuales se construyen las diversas estrategias y metodologías de análisis del discurso. En lo relativo a los ejemplos, y en virtud de la claridad expositiva, nos centraremos en los textos escritos, si bien es preciso hacer constar que todos los conceptos planteados resultan igualmente aplicables a los textos icónicos.

1. LA COHERENCIA DEL TEXTO

.- El concepto de coherencia designa la ligadura entre los significados particulares del lenguaje u otros sistemas de signos que permite concebir el texto como unidad diferenciada.

.- Sin embargo, la coherencia no es sólo una propiedad de los signos, sino que presupone la competencia lingüística y/o comunicativa (competencia textual) del intérprete: es, precisamente, la coherencia la que nos permite distinguir entre un texto (A) y un conjunto arbitrario de frases desconectadas entre sí (B):

A: /Salió de su casa por la mañana/
/No llegóa a coger el autobús/
/Llegó tarde a clase/
B: /Le gustan las naranjas verdes/
/No llegó a coger el autobús/
/Tiene estilo/

.- La coherencia, en tanto dependiente de la competencia textual, es una propiedad semántico/pragmática que pone en relación al texto con sus usuarios.

.- Umberto Eco llama la atención sobre el hecho de que la *competencia intertextual* es un aspecto crucial de la competencia textual a la hora de delimitar la coherencia del texto. Gracias a la competencia intertextual, es decir a nuestro conocimiento de otros textos y de sus procedimientos de construcción e interpretación, podemos realizar *a priori* hipótesis fiables sobre el marco interpretativo del texto. Esto es especialmente visible en el caso del reconocimiento de géneros.

Ejemplo: Con sólo mirar brevemente la página de un periódico somos capaces de presuponer si nos encontramos ante una columna de opinión, un editorial, una información, etc. Del mismo modo, haciendo "zapping" en la TV, con sólo unas pocas imágenes y en apenas unos segundos somos capaces de realizar hipótesis fiables del marco interpretativo ante el que nos encontramos (concurso, informativo, documental, largometrajes, etc).

.- De acuerdo con Van Dijk, *la coherencia es una propiedad semático-pragmática de los textos/discursos, basada en la interpretación de cada frase individual relacionada*

con la interpretación de otras frases. Así, un texto o un discurso son coherentes si para la interpretación de cada una de las sentencias es relevante la interpretación de todas las otras sentencias.

.- La coherencia pone en juego no sólo lo explícitamente expresado por el texto, sino también los aspectos implícitos: presuposiciones, implicaturas, inferencias, contexto e intertexto.

1.1. Cohesión superficial

.- La cohesión superficial se lleva a cabo en el nivel formal explícito del texto, generalmente mediante partículas y construcciones lingüísticas destinadas a tal efecto:

- *Conjunciones*
  Ej: /Vendrá *pero* llegará tarde *y* no podrá asistir a las primeras conversaciones *o*, en el peor de los casos, nos obligará a retrasar el comienzo/
- *Pronominalización*
  Ej: /*Le* adjunto *la* información pertinente de *las* jornadas, *las cuales* tendrán lugar en la fecha citada/
- *Catáfora*
  (La catáfora es una figura de referencia espacio-temporal que se caracteriza por anticipar una parte aún no enunciada del texto)
  Ej: /Lo que quiero decir es *esto*: no es posible conseguirlo por esa vía/
- Anáfora
  (La *anáfora* es una figura de referencia espacio-temporal que se caracteriza por asumir el significado de una parte del texto ya emitida)
  Ej: /Dijo que había asistido, pero yo no me *lo* creí/
- *Subordinación*
  Ej: /Le adjunto la información *que* necesitará para asistir al congreso/
- *Estructura modal* (coordinación de los modos)
  Ej: /Si no *hubiera venido* no se habría enterado. Pero *vino*, y tampoco se *enteró*/
- *Estructura temporal*
  Ej: /Aquel día *hacía* calor. Nunca *había sudado* tanto haciendo tan poco/
- *Orden de las palabras*

1.2. Coherencia global

.- La coherencia global del texto se sitúa en el nivel denominado macroestructura o estructura esquemática y designa la estructura en que se organiza el sentido global de un texto, de manera que hace posible atribuirlo a un género, una clase o un tipo.

.- La macroestructura del texto equivale a lo que podríamos llamar su *forma lógica*. Constituye la representación semántica global que define el significado de un texto concebido como un todo único.

.- Evidentemente, la coherencia global se encuentra relacionada con la coherencia local: cada frase es interpretada en función del texto global y, al mismo tiempo, contribuye a hacer interpretable el propio texto global. Ello implica una interrelación entre macroestructuras y microestructuras.

.- La idea de macroestructura se encuentra muy próxima al concepto clásico de *tema* o *topic* en cuanto unidad semántica del texto. La macroestructura se concibe como el desarrollo del tema.

.- Así, podríamos describir la coherencia global del texto como la coherencia semántica, esto es, aquella que nos conduce a la información que aporta el texto.

1.3. Coherencia pragmática

.- La idea de coherencia pragmática focaliza su atención en el papel que juega el lector/intérprete en la construcción de la coherencia global (semántica).

.- La coherencia pragmática es la coherencia de la situación comunicativa.

.- El lector contribuye a la reconstrucción del sentido del texto (coherencia global) mediante la puesta en acción de diversos aspectos:

- Marco interpretativo
- Supuestos socioculturales
- Sistemas de creencias y valores
- Hipercodificaciones ideológicas
- Supuestos afectivos
- Etc.

1.4. Coherencia interna: la isotopía

.- El concepto de isotopía es utilizado por la escuela estructuralista francesa para designar la coherencia interna del discurso. Con él pretenden designar al conjunto coherente de categorías semánticas que posibilita la coherencia global del discurso. En este sentido, puede afirmarse que la isotopía constituye una textualización del concepto de campo semántico.

.- La isotopía resulta así una suerte de "campo semántico del texto".

.- De acuerdo con Greimas, la isotopía constituye un conjunto de categorías semánticas constituido a partir de la redundancia. Así, en los ejemplos:

(a) /el perro ladra/
(b) /el comisario ladra/
encontramos para el significado de /ladra/ las connotaciones /humano/ y /canino/. Es, por tanto, la redundancia (repetición) de alguna de estas connotaciones en el resto del texto la que nos permite configurar la isotopía (/ladrido vs. Enfado/) que determina si /ladra/ se interpreta en sentido literal o figurado.

.- Un mismo texto puede poner en juego varias isotopías. En textos irónicos o en los chistes suele jugarse a menudo con el cambio de isotopías.

.- Las metáforas y las analogías constituyen en los textos nudos de encuentro entre isotopías.

.- Las isotopías constituyen organizadores básicos de la interpretación de los textos. Por ejemplo, en los textos elaborados en los medios de comunicación las isotopías "realidad" y "ficción" acostumbran a jugar un papel preeminente.

.- La elección de las isotopías determina la reconstrucción de la coherencia global del texto. Así, por ejemplo, podemos organizar la coherencia global del texto "las tesis de Lutero" en función de la isotopía "político" o de la isotopía "religioso".

1.5. Coherencia contextual/intertextual: la enciclopedia

.- Umberto Eco señala que el valor interpretativo del contexto no sólo depende de la situación concreta en que es enunciado e interpretado el texto, sino que, en función de nuestra experiencia y nuestra competencia textual, somos capaces de asociar contextos típicos a textos descontextualizados.

.- En otros términos, un hablante normal debe ser capaz de inferir un contexto probable con tan solo recurrir al texto enucniado.

.- Por ejemplo en los casos:

(a) /Tenemos que volver a llevar a Juanito al zoo/
(b) /Tenemos que volver a llevar al león al zoo/
somos capaces de inferir contextos coherentes sin recurrir a otra cosa que el propio texto, es decir, simplemente apelando a nuestra experiencia como intérpretes. En el caso de (a) parece coherente inferir un contexto en el que unos padres hablan de llevar a su hijo al zoo; mientras que en (b) parece coherente inferir un contexto en el que unos guardas hablan de un león que pertenece al parque zoológico.

.- Existe, por tanto, una línea de coherencia entre un texto y sus contextos posibles. Esa coherencia se encuentra codificada en la experiencia del hablante (enunciador o intérprete). El conjunto de experiencias y conocimientos que permiten al hablante establecer a priori una coherencia contextual es denominado *enciclopedia*.

.- Dentro del conjunto de las experiencias del hablante encontramos una clase especial: las experiencias relativas a otros textos. El conjunto de experiencias y conocimientos textuales del hablante permite a éste:

- Configurar su competencia textual (competencias lingüística y comunicativa)
- Determinar el intertexto (otros autores hablan de co-texto) como una clase particular del contexto: aquellas referencias a otros textos que hacen posible la interpretación del texto.

.- Si el texto constituye el ámbito de la codificación (articulación de signos), la *enciclopedia* constituye el ámbito de la *hipercodificación*.

.- El término *hipercodificación* designa las codificaciones adicionales (no sígnicas) que pone en juego el hablante al utilizar su enciclopedia para interpretar el texto. Designa por tanto aquellas regularidades en el conjunto de conocimientos y experiencias del hablante que permiten que éstos sean utilizados.

.- Algunas clases de hipercodificación pueden servirnos para ilustrar el concepto:

- Hipercodificación retórica y estilística:
  Es el conjunto estructurado de conocimientos compartidos por enunciador e intérprete acerca de los estilos y las formas típicas de los textos.
  Ej: al leer /de los suos oyos fuertemientre llorando/ la hipercodificación estilística de nuestra enciclopedia nos permite identificar el texto como castellano antiguo.
- Hipercodificación ideológica:
  Es el conjunto estructurado de valores axiológicos cuyo conocimiento compartido por enunciador e intérprete permite la reconstrucción de sentido del texto.
  Ej: al leer /mintiendo se han hecho populares/ el contexto de la enunciación (las campaña electoral) nos remite al juego entre las isotopías "popular=apreciado por el pueblo" y "popular=relacionado con el Partido Popular". Pero es la hipercodificación ideológica la que nos permite interpretar el grupo "mentira/populares" en términos de valoración axiológica (no es bueno hacerse popular mintiendo/los populares siempre mienten).

1.6. Contextualización: el marco temático

.- El concepto de *marco* es uno de los conceptos clave en el proceso de constitución de la coherencia entre texto y contexto.

.- Como se habrá podido observar, la coherencia contextual está estrechamente ligada a la coherencia pragmática.

.- El marco interpretativo constituye un área de intersección entre la coherencia interna (isotopía), la coherencia pragmática y la coherencia contextual.

.- La idea de marco está relacionada con lo que Bateson denominó "*mensajes metacomunicativos*", es decir, aquellos mensajes que presentan instrucciones interpretativas acerca del texto. Por ejemplo, /en serio/ o /es broma/. Algunas expresiones adverbiales cumplen una función similar: /En efecto/, /De hecho/, /Realmente/... También algunos criterios formales cumplen esa función metacomunicativa: es el caso de las comillas o el guión para las citas, el tipo y el tamaño de la letra, etc.

.- E. Goffman extendió el uso del concepto "marco" en su teoría de la interacción de actores. Para Goffman *el marco es el instrumento que utilizamos para definir la*

situación de interacción entre los actores sociales y asignar significado al flujo de acontecimientos que se desarrollan en la interacción.

.- Desde la psicología cognitiva, se define el marco como *el conjunto de operaciones que caracterizan nuestro conocimiento convencional de alguna situación más o menos autónoma*. (Van Dijk cit. en Lozano et al., 1979)

.- Así, la idea de marco se relaciona con el concepto de enciclopedia: nuestra 'enciclopedia' en tanto que conjunto de experiencias, conocimientos y destrezas interpretativas, incluye un amplio catálogo de marcos.
.- Algunos marcos constituyen verdaderas isotopías enfrentadas que organizan la interpretación del texto de forma simétrica: es el caso de la oposición juego/combate en muchas culturas y en algunos animales sociales.

.- El valor interpretativo del marco es especialmente apreciable en los textos audiovisuales, donde la identificación de la situación típica (por ejemplo, un supermercado) delimita el conjunto de eventos probables.

2. LA MODALIZACIÓN

.- De acuerdo con la tradición en lingüística y retórica, los enunciados que componen un texto se subdividen en dos grandes categorías: enunciados descriptivos y enunciados modales.

.- Los *enunciados descriptivos* son todos aquellos que *predican* una propiedad del objeto.

(a) /Sócrates es inteligente/
/El cuadro está en la sala azul/
/Hace frío/

.- Los enunciados descriptivos son *aserciones*, es decir, constituyen afirmaciones acerca del mundo.

.- Los *enunciados modales*, en cambio, son todos aquellos que *modifican* (*modalizan*) lo predicado.

(b) /Sócrates es *bastante* inteligente/
/El cuadro está en la sala azul *desde hace años*/
/Hace *mucho* frío/

.- Por modalidad entenderemos, por tanto, *cualquier modificación del predicado (en el sentido de atribución de modo)*. La modalidad es la manera en que el sujeto enunciador introduce su 'huella' en el texto.

.- Existen partículas y figuras lingüísticas especializadas para la modalización: es el caso de las expresiones adverbiales (ya, todavía, bastante, etc...), de algunas conjunciones (o, pero, ni, bien...), o incluso en el mero orden de las palabras. En el ejemplo ya conocido:

(c) /Juan ama a María/

/A María Juan la ama/
/Juan a María la ama/
la diferencia de orden en las palabras introduce una modalización acerca de lo predicado (el amor de Juan por María).

.- Todo aquello que solemos considerar como "subjetivo" en un texto son modalizaciones: la modalización introduce en el texto información acerca del sujeto enunciador y de los sujetos del enunciado: lo que son, lo que hacen, lo que piensan o creen, los valores, los juicios de evaluación, etc...

.- Así pues, podemos clasificar los ámbitos de la modalidad en cuatro grandes grupos:

.- ***Modalidad como expresión de la actitud del hablante*:** verdad, falsedad, amenaza, promesa, etc...

(d) /Si no haces lo que digo, sufrirás las consecuencias/
/Debería hacer lo que dices/
/Creo que debería hacer lo que dices/

.- ***Modalidad como competencia del hacer*:** valoración de la competencia de cada uno de los sujetos del texto en relación con sus acciones, es decir, juicios acerca de si los sujetos son o no competentes en la realización de sus acciones.

(e) /Pese a los intentos del Barcelona por convertir el buen juego en un resultado eficaz, el Madrid volvió a ganar/

.- ***Modalidad como valoración del objeto*:** juicios de valor sobre la relación entre los sujetos y los objetos del texto y la constitución de objetos-valor (implicaciones éticas, estéticas o emotivas de los objetos).

(f) /El deseo de libertad y la posibilidad de compartirla con sus compañeros de celda fue lo que le permitió sobrevivir aquellos años/

.- ***Modalidad como valoración de las relaciones entre los sujetos*:** juicios de valor sobre las relaciones entre los sujetos del texto.

(g) /La presión ejercida por su jefe acabó por convertirle en una empleado ineficaz y un compañero evitado por todos/

.- Por todo lo dicho, la modalidad supone un acto de cualificación, esto es, la modalidad supone la atribución de cualidades a los distintos elementos del texto: sujeto del enunciado, sujetos textuales, objetos, acciones, etc.

(h) /Vendré sin falta/
/Vendré probablemente/
enuncian una cualidad de la acción que remite al punto de vista del sujeto enunciador.

.- La modalidad introduce por tanto una jerarquía de cualidades que transluce el punto de vista subjetivo del enunciador. El hecho de que estas cualidades se articulen en una jerarquía o en un sistema de relaciones es lo que nos permite definir la modalidad como una cualificación estructurada:

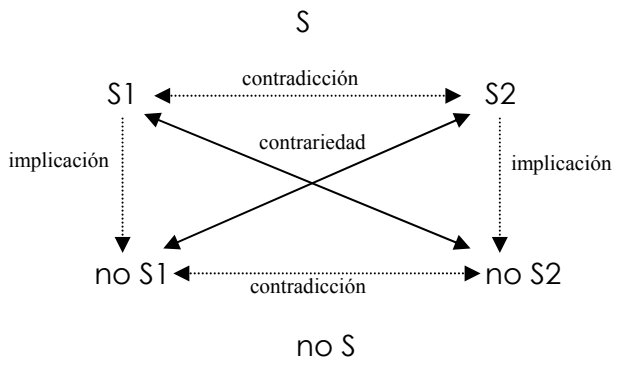
Así, por ejemplo, la cualificación de los sujetos implicados en el texto "Campaña electoral del partido X" se articula de forma precisa en torno a una serie de categorías (cualidades o valores) relacionadas: credibilidad/descrédito, novedad/repetición, continuidad/ruptura, etc.

.- Los semióticos de la escuela francesa, y en especial Greimas, proponen una organización universal de articulación de las modalidades que expresan en el denominado cuadrado semiótico.

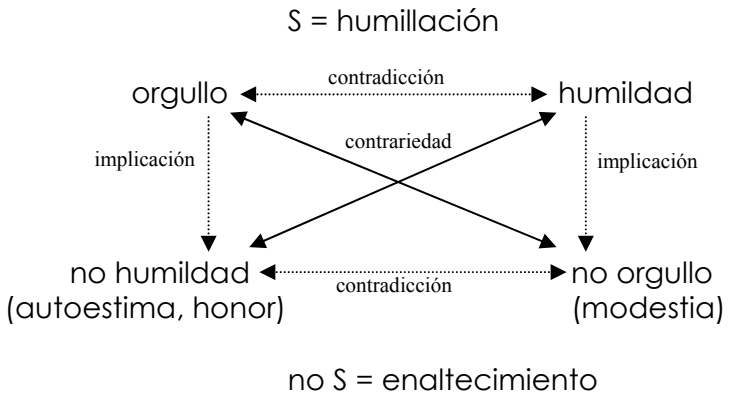
2.1. El cuadrado semiótico: un modelo de estructuración modal

.- El cuadrado semiótico es una estructura elemental de significado que, por ello mismo, contribuye también a explicar la estructura lógica en que se organizan las modalizaciones.

.- La propuesta de Greimas consiste en concebir los significados (y, consecuentemente, también las implicaciones modales) como resultantes de unos tipos universales de relación entre semas (o unidades de significado): negación, contrariedad, contradicción e implicación.



Por ejemplo:



.- El ejemplo anterior articularía los semas (unidades de significado) relativos al eje semántico "humillación/enaltecimiento" implicados en la modalización de uno o varios sujetos del texto. Esta estructura puede observarse, por ejemplo, en la cualificación del sujeto principal de la historia de *Príncipe y Mendigo*.

2.2. La oposición enunciado descriptivo/enunciado modal: sobre la dimensión subjetiva e interaccional de la aserción

.- Como hemos visto, la tradición teórica en lingüística y filosofía del lenguaje, tiende a menospreciar el valor pragmático de los enunciados y, en virtud de su afinidad a la lógica, considera los enunciados conforme a dos categorías excluyentes:

- Enunciados asertivos
- Enunciados modales

.- La distinción principal hace referencia a la intervención explícita del sujeto enunciador en el texto. Así, los enunciados asertivos son lo que normalmente entendemos por "enunciados objetivos", mientras que los modales lo calificamos como "enunciados subjetivos".

.- Sin embargo, la pragmática nos dice que el sentido de los enunciados no está sólo "sobre el papel", sino que se construye en la situación comunicativa, mediante las acciones del enunciador y del intérprete. Por tanto, para todo enunciado, la acción de los sujetos interlocutores es relevante.

.- Consecuentemente, los enunciados asertivos tienen también una dimensión subjetiva e interaccional.
Por ejemplo, en los enunciados:

(i) Juan no vendrá con nosotros
(j) Creo que Juan no vendrá con nosotros

afirmaremos sin dificultad que (i) es un enunciado asertivo, mientras que (j) es un enunciado modal.
Sin embargo, desde el punto de vista de la pragmática, el sujeto enunciador *siempre* interviene en el enunciado de modo que (i) debería ser interpretado como:

(k) (Afirmo que) Juan no vendrá con nosotros

De tal modo que podemos afirmar que se da una modalización (certeza) en el enunciado asertivo.

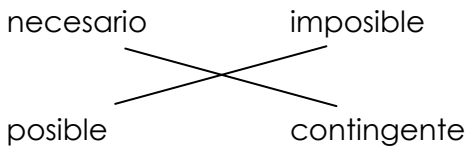
.- Consecuentemente, se puede afirmar que *la asertividad es una clase de expresión textual que consiste en ocultar la modalización*. En otros términos, *la objetividad es un efecto de la expresión textual que recibe el nombre de veridicción*.

2.3. Modalidades aléticas, epistémicas y deónticas

.- Dentro del conjunto prácticamente ilimitado de modalidades posibles, existe un grupo particularmente importante por cuanto cualifica la acción del enunciador, es decir, se trata de un conjunto de modalidades especializadas en la atribución de cualidades al acto de la enunciación (quién dice, cómo dice, para qué dice).

2.3.1. Modalidades aléticas

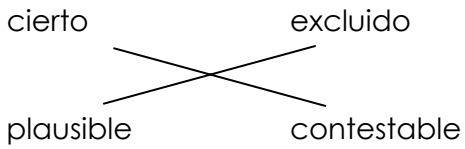
.- También llamadas modalidades aristotélicas, hacen referencia al concepto de verdad (*aletheia*) implícito en la enunciación.



.- Dentro de la lógica clásica, la lógica modal se ha desarrollado sobre las modalidades necesidad/posibilidad. Especialmente estas dos modalidades suelen utilizarse en la cualificación implícita en enunciados asertivos de tipo argumentativo o persuasivo: son enunciados cuyo sentido se construye a partir del "deber ser" o del "poder ser". Cuando en un texto aparece implícita una estructura del tipo "esto es así" o "esto puede ser así", estamos ante una modalización alética que establece las *condiciones de verdad* del enunciado.

2.3.2. Modalidades epistémicas

.- Se complementan con las anteriores, por cuanto contribuyen a construir las condiciones de verdad del texto. Si las modalidades aléticas hacen referencia a "la verdad" del texto, las modalidades epistémicas hacen referencia al conocimiento (*episteme*) de la verdad del texto, es decir, a la categoría del "saber":



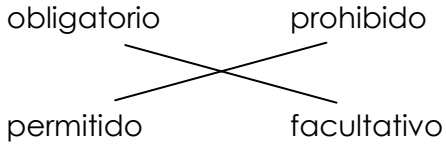
.- Así, cabe relacionar las modalidades aléticas y epistémicas del siguiente modo:

Necesario—Cierto
Imposible—Excluido
Posible—Plausible
Contingente—Contestable

.- Las modalidades aléticas y epistémicas constituyen la base de lo que más adelante denominaremos modalidades veridictivas.

2.3.3. Modalidades deónticas

.- Si las anteriores modalidades articulan las cualificaciones respecto del "*deber ser*", las modalidades deónticas van a articular las cualificaciones respecto del "*deber hacer*".



.- Todas las cualificaciones de la competencia de los sujetos y los juicios de valor respecto de las acciones de éstos se articulan siempre a partir de las modalidades deónticas. Estas permiten distribuir en el texto:

- lo que los sujetos pueden hacer
- lo que los sujetos no pueden hacer
- lo que los sujetos deben hacer
- lo que los sujetos no deben hacer

.- Si las modalidades aléticas y epistémicas constituyen la base de las modalidades verdictivas (sobre el "ser" y sobre el "saber"), las modalidades deónticas constituyen la base de las modalidades factitivas (sobre el "hacer").

MODALIDADES FACTITIVAS				MODALIDADES VERIDICTIVAS							
Modalidades deónticas				Modalidades aléticas				Mod. epistémicas			
Obligatorio	Prohibido	Permitido	Facultativo	Necesario	Imposible	Posible	Contingente	cierto	excluido	plausible	contestable
HACER/DEBER				**SER**				**SABER**			

.- Adviértase que las categorías del hacer, el saber y el ser aparecen en los textos combinadas de múltiples maneras:

P. Ej.: - "Hacer saber" = decir, describir una situación cierta, transmitir un conocimiento
- "Hacer ser" = Crear, producir, convertir, transformar, etc.
- "Saber hacer" = Competencia del sujeto para la acción
- "Saber ser" = Legitimidad y competencia del sujeto.

.- Estas y otras categorías (deber, poder, querer), de acuerdo con las tesis de Greimas, constituyen la base de la competencia modal, es decir, de nuestra capacidad como lectores de atribuir valores y cualidades a los sujetos, los objetos y las acciones del texto.

2.4. Competencia lingüística, comunicativa y modal

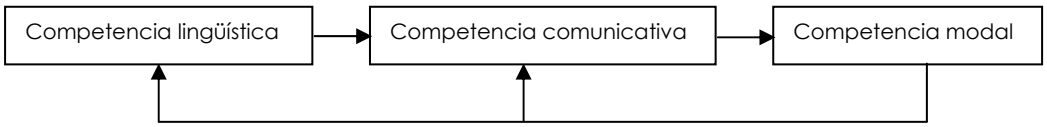
.- ***Competencia lingüística*** es la *capacidad de actuar lingüísticamente*, es decir, de hacer uso de los sistemas lingüísticos de significación para la producción y reproducción de sentido.

.- ***Competencia comunicativa*** designa *los conocimientos y aptitudes necesarios a un individuo para que pueda utilizar todos los sistemas semióticos que están a su disposición como miembro de una comunidad sociocultural dada.* (Lozano, Peña Marín y Abril, Op. Cit.: 72-73)

.- La ***competencia modal*** designa *la capacidad de los individuos de atribuir y organizar cualificaciones a partir de la competencia lingüística y/o comunicativa*.

.- La competencia modal se organiza, según Greimas, en un complejo de modalidades que se hallan en la base misma de las estructuras de sentido. En otros

términos, sin competencia modal, no puede darse competencia comunicativa, y, sin ésta, no puede darse competencia lingüística.



.- Greimas concibe tres grandes grupos de modalizaciones, que, a su vez, organizan las categorías principales del enunciado: deber, querer, poder, saber, hacer, ser.

MOD. VIRTUALIZANTES	MOD. ACTUALIZANTES	MOD. REALIZANTES
Deber Querer	Poder Saber	Hacer Ser

.- Las modalidades virtualizantes y las modalidades actualizantes constituyen la competencia de los sujetos textuales. Las primeras constituyen la legitimidad del sujeto (nos dicen si "debe ser o hacer" y si "quiere ser o hacer"). Las segundas constituyen la competencia del sujeto para la acción (nos dicen si el sujeto "puede ser o hacer" y si "sabe ser o hacer".

> Ej.: En un discurso político de campaña, los diversos sujetos asumen las categorías del deber y del querer respecto de un objeto-valor determinado (por ejemplo, "el compromiso"): Así, unos y otros sujetos (partidos, personalidades políticas, etc) "deben/quieren ser sinceros"; "deben/quieren no tener doblez (intenciones ocultas)", etc.

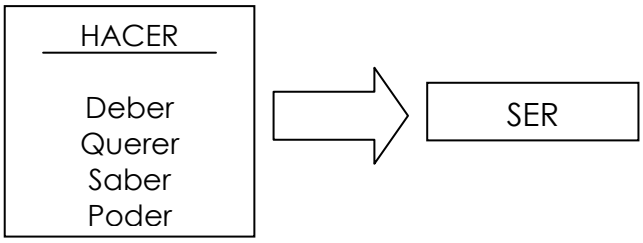
.- Las modalizaciones realizantes constituyen el contenido esencial del texto, nos dicen "lo que es" y "lo que se hace" en el texto, es decir, articulan la descripción de los estados y de las acciones.

.- Como se observa, la combinación de las diferentes categorías articula la estructura profunda de las cualificaciones y permite una caracterización modal básica de los sujetos y las acciones. Los sujetos

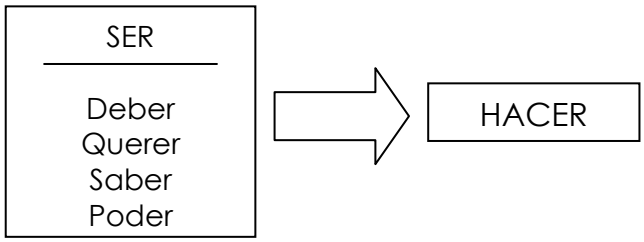
- Deben, quieren, saben o pueden hacer/ser
- Hacen deber, querer, saber o poder
- Son quienes deben, quieren, saben o pueden

.- Este planteamiento nos proporciona una base para definir en el contexto general de las estructuras modales del texto lo que antes hemos denominado "modalidades factitivas" y "modalidades veridictivas". Dentro de las modalidades realizativas:

- Greimas llama ***modalidades factitivas*** a aquellas que cualifican el ser desde el hacer:



- Greimas llama ***modalidades veridictivas*** a aquellas que cualifican el hacer desde el ser



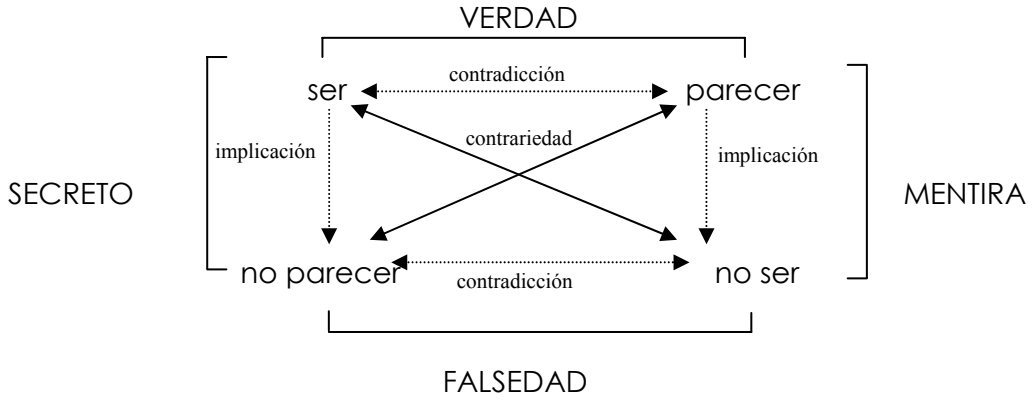
2.5. La construcción de la verdad: modalidades veridictivas

.- Hemos definido las modalidades veridictivas como aquellas que cualifican el hacer desde el ser, es decir, lo que "es" determina lo que "se hace".

.- Cuando identificamos (cualificamos) a los personajes (sujetos) de un relato, llevamos a cabo una modalización factitiva (el policía salva a la víctima, luego "es el bueno") y una modalización veridictiva (el policía es "el bueno", luego debe salvar a la víctima).

.- Las modalidades veridictivas constituyen el "efecto de objetividad" del texto, al tiempo que perfilan las condiciones de verdad de los elementos del texto: quién es qué, qué es qué, etc.

.- Las modalidades veridictivas se articulan conforme a la siguiente estructura:



3. LA ESTRUCTURA DEL RELATO

.- Sobre las bases de la narratología, la semiótica estructural de la escuela de París plantea un análisis de la estructura del relato atendiendo a tres elementos esenciales –los sujetos, las acciones (o cambios de estado) y los objetos– en función de cómo se relacionan entre sí y cómo aparecen modalizados.

3.1. Estructuras de superficie y estructuras profundas

.- La escuela estructuralista francesa (Greimas, Grupo de Entrevernes, etc.) concibe el texto como el resultado de una disposición estructurada de reglas y relaciones. En consecuencia, es necesario determinar cuáles son los elementos relacionados y cuáles son las reglas que rigen esas relaciones.

.- En función de los elementos y del tipo de relación en que se estructuran, distinguiremos dos niveles de articulación: estructuras superficiales y estructuras profundas.

3.1.1. Estructuras de superficie

.- Las estructuras de superficie comprenden la ordenación de los elementos del texto en su aspecto más visible. Así, cuando decimos de un texto que es una narración, o una argumentación, o un texto descriptivo, nos estamos refiriendo a un aspecto de las estructuras superficiales.

.- Podemos, pues, afirmar que *la estructura superficial organiza la forma en que un texto expone un contenido (discurso)*.

.- Puesto que el estructuralismo francés se interesa especialmente por los textos narrativos y partimos en su momento de la hipótesis de que todo texto dotado de una estructura actancial y temporal implica un carácter narrativo, nos centraremos en adelante en el análisis de las estructuras superficiales y profundas de los textos narrativos.

.- Las *estructuras de superficie* comprenden:

> <u>*El componente narrativo:*</u> Que regula la sucesión y el encadenamiento de estados y transformaciones. Equivale a la "forma" de narración o relato.
> <u>*El componente discursivo:*</u> Que regula en un texto el encadenamiento de figuras y efectos de sentido. Equivale a la organización y presentación del "contenido" del texto.

3.1.2. Estructuras profundas

.- Las estructuras profundas comprenden la ordenación de los elementos de sentido del texto, es decir, los valores e implicaciones que otorgan sentido a los componentes narrativo y discursivo. Las modalizaciones estudiadas en el epígrafe 2 forman por tanto parte de las estructuras profundas.

.- Incluyen valores (modalizaciones) básicas, como verdad, obligatoriedad, veridicción, etc, y también valores secundarios como positivo/negativo, etc.

.- No sería posible plantear una narración o un discurso sin la atribución y la organización de valores llevada a cabo en el nivel de las estructuras profundas.

.- Por ejemplo, para comprender (coherencia) la estructura narrativa de un texto periodístico (como un editorial de El País) sobre la Guerra de Irak, es necesario

comprender la estructura de valores relativos a los sujetos, acciones y objetos que el texto pone en juego.

.- Las ***estructuras profundas*** comprenden:

a) La **red de relaciones** que clasifican los valores de sentido
b) El **sistema de operaciones** que organizan el paso de un valor de sentido a otro.

.- Por ejemplo, en el caso de un hipotético editorial de El País sobre la Guerra de Irak:

(a) La red de relaciones de valores de sentido la configuran las modalizaciones de

- sujetos:

Gobierno USA (G. Bush): osadía, temeridad, imposición, doblez, desprecio, desconocimiento, etc...
Gobierno España (Partido Popular/ Aznar…): seguidismo, doblez, opacidad, terquedad, no accesibilidad...
Opinión pública: Espontaneidad, legitimidad, unanimidad, etc...

- objetos:

Armas de destrucción masiva: Lícito/ilícito (en función del sujeto relacionado), utilizables/no utilizables, mostrable/no mostrable.
Pruebas: necesarias, imprescindibles, condicionantes para "Acuerdo internacional"…
Acuerdo internacional: necesario, deseable, legitimador, condicionante para "Democracia", etc.
Democracia: condicionante/nocondicionante para "Paz", deseable, posible/imposible (según sujetos y acciones)...
Paz: Fin, lícito, deseable, posible/imposible (según sujetos y acciones).

- acciones:

Demostrar: necesario/innecesario, deseable/prescindible, etc.
Informar:
Negociar: Medio para los objetos valor, necesaria (según sujetos y acciones), lícita (recíproca),
Atacar: Medio para los objetos valor, legítimo/ilegítimo en función de la acción "demostrar"...

(b) Las operaciones de cambio de valor, en el ejemplo, constituyen acciones y/o argumentaciones que implican cambios en las modalizaciones mencionadas en (a). Por ejemplo, el paso de "necesario" a "innecesario" en relación a la acción "Demostrar" por parte de USA respecto del objeto "armas de destrucción masiva" + el sujeto "Irak" hace "ilegítima" y "no deseable" la acción "atacar" y hace "legítima" y "deseable" la acción "negociar".

En resumen:

ESTRUCTURAS SUPERFICIALES

COMPONENTE NARRATIVO	**COMPONENTE DISCURSIVO**
Regula la sucesión y encadenamiento de estado y transformaciones	Regula el encadenamiento de figuras y efectos de sentido

ESTRUCTURAS PROFUNDAS

RED DE RELACIONES	**SISTEMA DE OPERACIONES**
Permiten la clasificación de los valores de sentido (modalización)	Organiza las transiciones entre valores de sentido

3.2. Estructuras actanciales

.- No debemos olvidar que el significado, de acuerdo con la perspectiva estructuralista, es posible por la diferencia: son las diferencias entre elementos así como las diferentes combinaciones posibles en diferentes estructuras lo que, de acuerdo con los estructuralistas, hace posible la comunicar significados.

.- Así, es la diferencia entre fonemas o signos la que constituye el objeto estructural de la semántica, o la diferencia entre sintagmas la que hace posible la semántica estructural.

.- ¿Cuál podría ser la diferencia que constituyera la base de una análisis de las estructuras narrativas? De acuerdo con Greimas y el Grupo de Entrevernes, es *la diferencia entre estados*. Una ***narración***, desde este punto de vista, *es un conjunto organizado (estructurado) de transiciones entre estados*.

.- El texto narrativo se divide así en:

- ***Enunciados de estado***: Aquellos que se expresan mediante verbos del tipo SER
- ***Enunciados de transformación***: Aquellos que se expresan mediante verbos del tipo HACER.

.- Un ***estado*** es una relación entre un sujeto (S) y un objeto (O)
.- Una ***transformación*** es un cambio de un estado a otro, o, en otros términos, a un paso entre dos estados ($\rightarrow$).

3.2.1. Enunciados de estado:

.- Plantean una relación entre un sujeto (S) y un objeto (O).
.- Pueden ser:

a) *Enunciados de estado disjuntos*: ($S \cup O$)
Plantean una relación de disyunción entre un sujeto y un objeto
P.Ej.: /Juan (S) nunca tiene miedo (O)/
/Los amigos (S) de Robin Hood son pobres y honrados (O)/

b) *Enunciados de estado conjuntos*: ($S \cap O$)

Plantean una relación de conjunción entre un sujeto y un objeto
P.Ej.: /Juan (S) tiene miedo (O)/
/Las víctimas (S) de Robin Hood son ricos despiadados (O)/

3.2.2. Enunciados de transformación:

.- Plantean un paso ($\rightarrow$)entre dos estados ($S \cup O$) ($S \cap O$)
.- Pueden ser:

c) *Transformaciones disjuntas*: ($S \cup O$) $\rightarrow$ ($S \cap O$)
Articulan el paso de un estado conjunto a uno disjunto
P.Ej.: /José enloqueció/
S= José
O= Locura

d) *Transformaciones conjuntas*: ($S \cup O$) $\rightarrow$ ($S \cap O$)
Articulan el paso de una estado disjunto a uno conjunto

P.Ej.: / Después de un largo debate lograron ponerse de acuerdo/
S= Las partes enfrentadas
O= Acuerdo, consenso

3.3. El Programa Narrativo

3.3.1. La realización: Cambios de estado e intercambios de objetos

.- Llamamos realización a toda operación del HACER que comporta un cambio de estado, es decir: toda transformación en el texto supone una realización por parte de un sujeto (sujeto agente).
.- Consecuentemente distinguimos entre:

.- ***Sujeto de estado* (S):** todo sujeto de un enunciado de estado, es decir, el sujeto de una relación enunciada (S/O)

.- ***Sujeto agente* (Sa):** Todo sujeto de un enunciado de transformación, es decir, el sujeto de la realización enunciada.

.- Toda transformación implica un cambio en las relaciones entre S y O, de modo que, en cierto sentido, puede afirmarse *el relato consiste en intercambios de objetos* entre sujetos (S) propiciados por la acción de un sujeto agente (Sa).
.- A menudo se distingue entre sujetos principal y sujetos oponentes o antisujetos.
.- La fórmula general de la transformación narrativa se enuncia de la siguiente manera:

$$A\ (Sa) \Rightarrow [(S \cap O) \rightarrow (S \cup O)]$$

3.3.2. La competencia

.- La competencia en el relato designa las condiciones necesarias para que el Sa cumpla la realización que le corresponde.
.- Dinstinguimos entre:

.- ***Objeto-Valor* (Ov)**: Es el objeto principal de la transformación

.- ***Objeto modal* (Om)**: Designa el elemento de competencia necesario para la realización.

.- De tal modo que:

.- La realización principal transforma la relación entre el sujeto de estado y el objeto valor.

.- La realización modal transforma la relación entre el sujeto agente y el objeto modal.

3.3.3. El Programa Narrativo

.- Llamamos Programa Narrativo (PN) al conjunto de estados y transformaciones que se encadenan a partir de la relacion S/O principal y su transformación. A partir de esta transformación principal el PN comporta toda una jerarquía de estados y transformaciones estructurada y organizada para su realización.

.- Tomemos como ejemplo el esquema tradicional del relato de Robin Hood.
P.Ej. La transformación principal (realización) que articula el PN del texto sería:
S1= Robin Hood
S2= Compañeros
S3= Marian
S4= Pueblo
AS1 (Antisujeto)= Juan Sin Tierra
AS2 = Sheriff de Nottingham
Sa= S1+S2
Ov1= Libertad, estatus social, reconocimiento
Ov2= Bienestar
Om1= Valentía
Om2= Apoyo popular
Om3= Amor

(A) $A\ (Sa) \Rightarrow [(S1 \cup Ov1 \cup S2) \rightarrow (S1 \cap Ov1 \cap S2)]$

Donde el sujeto agente opera la transición de la carencia del Objeto Valor a su posesión (pasa de no tener a tener reconocimiento social, libertad, etc). Paralelamente, el PN conlleva un 'anti-PN', que designa la transición de estado respecto de los antisujetos:

(B) $A\ (Sa) \Rightarrow [(aS1 \cap Ov1 \cap aS2) \rightarrow (aS1 \cup Ov1 \cup aS2)]$

Paralelamente, podríamos enunciar la realización modal del siguiente modo:

(B) $A\ (S4+S3+S2+S1) \Rightarrow [(S1 \cup Om2) \rightarrow (S1 \cap Om2)] \rightarrow [(S1 \cup Om3) \rightarrow (S1 \cap Om3)]$
$\rightarrow [(S1 \cup Om1) \rightarrow (S1 \cap Om1)]$

.-Adviértase que (B) se intercala en (A), es decir, que es preciso conocer la transformación modal (la adquisición o pérdida de competencia) para poder llevar a cabo la realización. EN el ejemplo, Robin Hood debe alcanzar los objetos modales "amor" y "apoyo popular" para conseguir el objeto modal "reconocimiento social". Así, el apoyo popular le legitima en su poder hacer y deber hacer, y el amor de Marian en su deber hacer.

.- **La realización modal** se articula a través de ***pruebas calificantes*** (realizaciones en las que el sujeto agente adquiere los objetos modales que le cualifican para la acción o transformación principal) y de la ***sanción*** (la valoración y el premio o castigo que un sujeto legitimado realiza respecto de la acción realizada por el Sa).

.- En el conjunto de pruebas calificantes intervienen:

.- *Sujetos destinadores-legitimadores*

- Son aquellos que plantean al sujeto agente la realización principal del PN: inician su modalización bajo el DEBER-HACER o bajo el QUERER-HACER, constituyen el foco de legitimación de la acción del sujeto agente y frecuentemente, al final del relato, ejercen también como sujeto sancionador que valora y enjuicia la acción del sujeto agente. En el ejemplo del relato de Robin Hood, los sujetos destinadores son el pueblo, los compañeros del bosque y Marian.

.- *Sujetos calificantes*

- Son todos aquellos sujetos que participan en la adquisición de los objetos valor por parte del sujeto agente. En el relato de Robin Hood, los sujetos calificantes son los compañeros proscritos del bosque, quienes legitiman al protagonista por su saber-hacer.

.- *Determinación del objeto valor*

.- *Determinación de objetos modales*

.- En la sanción intervienen:

.- *Sujeto o sujetos sancionadores*, que evalúan y califican la acción del Sa, premiando o castigando en su caso. Los sujetos sancionadores pueden pertenecer a la historia (sujetos del relato), o bien estar adscritos a la representación del enunciador en el texto (narrador). En ocasiones la sanción puede llegar a ser realizada por el propio Sa. En el ejemplo del relato de Robin Hood, los sujetos sancionadores son el pueblo, Marian y el Rey Ricardo.

.- Obsérvese que muchos textos argumentales que presentan una estructura narrativa implícita constituyen en realidad una ocultación de las fases narrativas, desarrollando de forma explícita sólo la fase de sanción en la que el enunciador-argumentador hace las veces de narrador.

En resumen:

FASES DE LA SECUENCIA NARRATIVA

MANIPULACIÓN	**COMPETENCIA**	**REALIZACIÓN**	**SANCIÓN**
Hacer-hacer	*(Ser) hacer*	*Hacer-ser*	*(Ser) ser.*
Relación destinador - sujeto agente	Relación sujeto agente - operación (objetos modalizados)	Relación sujeto agente - estados (objetos-valor)	Relación destinador- sujeto agente Relación destinador-sujeto de estado

4. SUJETO, ESPACIO Y TIEMPO EN EL DISCURSO

.- La figura del sujeto es especialmente relevante en el análisis textual, por cuanto ejerce de puente entre el contexto de la enunciación (los sujetos *fuera* del texto, que lo producen, difunden e interpretan) y el contenido del texto (los sujetos *en* el texto).

.- Por esta razón, la figura del sujeto va a jugar un papel fundamental en la articulación de los tiempos/espacios del intercambio comunicativo con los tiempos/espacios del texto.

4.1. El sujeto en el discurso: sujeto del enunciado vs. sujeto de la enunciación

.- La clásica distinción autor/lector como expresión textual y sus transcripciones conversacionales del tipo hablante/oyente, emisor/receptor, etc., ha servido para plantear el problema de la responsabilidad en el discurso.

.- La pregunta ¿quién habla? plantea respuestas en múltiples niveles discursivos. Desde la figura del narrador hasta los actos enunciativos de los personajes del relato, toda construcción del sujeto en el texto forma siempre parte de una estrategia informativa (qué queremos decir) y de una estrategia comunicativa-persuasiva (cómo lo decimos y qué efectos de sentido empleamos).

.- Aproximarse al discurso como un objeto supone postular un sujeto productor y una relación dialógica locutor/interlocutor.

.- El concepto de sujeto productor del discurso se une a la observación del sujeto en el propio discurso. El discurso es el lugar de construcción de un sujeto: a través del discurso el sujeto construye el mundo como objeto y se construye a sí mismo.

.- A la hora de comprender el texto como un producto del sujeto, es importante recordar que no hay un conocimiento empírico o vivencial del sujeto enunciador, sino que sólo conocemos a ese sujeto por su discurso, en tanto en cuanto es el responsable del conjunto de operaciones puestas en marcha a lo largo del texto.

.- Los dos últimos puntos hacen hincapié en una distinción crucial: el sujeto puede ser un sujeto implícito (el responsable de la enunciación del texto) o bien un sujeto explícito, integrado en el texto como personaje (incluido el narrador). Al primero le denominamos ***sujeto enunciador***, al segundo, ***sujeto del enunciado***.

.- El ***sujeto enunciador*** es el sujeto que somos capaces de reconstruir como autor del texto a partir de su lectura. Equivale al *autor modelo* que propone Umberto Eco. Por sujeto enunciador, en consecuencia, entenderemos al sujeto productor del texto que podemos reconstruir a partir de sus huellas en el propio texto.

.- El ***sujeto del enunciado*** es el sujeto que aparece en el texto como enunciador. Se trata, por así decirlo de la *representación textual* del sujeto enunciador. Su imagen más característica es la del narrador.

.- En el caso de que aparezca un narrador, suele darse una coincidencia entre sujeto del enunciado y sujeto de la enunciación: presuponemos que uno y otro son la misma persona. Sin embargo no siempre es así: en ocasiones el sujeto enunciador construye un sujeto del enunciado diferenciado como estrategia textual. Es el caso de Cervantes y Cide Hamete Benengeli en El Quijote.

.- Ducrot propone una distinción similar: enunciador/locutor y enunciatario/alocutario.

.- Intercalando las clasificaciones de Ducrot y Eco con los postulados del análisis de la enunciación, obtenemos la siguiente clasificación:

Autor	**Autor en el texto**	**Intérprete en el texto**	**Intérprete**
Sujeto de la enunciación	Sujeto del enunciado		
Enunciador	Locutor	Alocutario	Enunciatario
Autor modelo	Narrador		Lector modelo

.- El análisis de la enunciación se preocupa especialmente de estudiar las estrategias del enunciador en dos dimensiones fundamentales:

a) La construcción del texto (lo cual incluye la construcción de sujetos enunciadores en el propio texto, tales como narradores, etc)

b) La construcción de sí mismo como sujeto enunciador dotado de una actitud específica respecto de los objetos, sujetos y estrategias del texto.

.- El análisis de la enunciación se preocupa así, en el plano textual, de:

a) Los indicadores de persona, espacio y tiempo

b) Las modalidades de la enunciación que definen actitudes como la certidumbre, la duda, la posibilidad, la orden al interlocutor,etc, y que, a su vez, integran:

c) Los "indicadores de actitud"

4.2. Deixis y anáfora

.- Deixis y anáfora constituyen el mapa de referencias del texto, al modo de los meridianos y paralelos, mediante los cuales somos capaces de interpretar el texto y situarlo en su contexto.

.- En términos generales podemos afirmar que las referencias deícticas constituyen el mapa de relaciones del texto con "el exterior", es decir, con los sujetos, objetos, tiempos y espacios de la enunciación; mientras que las referencias anafóricas constituten el "mapa interior" del texto, es decir, las referencias internas existentes entre los sujetos, objetos, tiempos y espacios en el texto.

4.2.1. Referencias deícticas

.- La ***deixis*** puede ser definida como la localización y la identificación de las personas, objetos, procesos, acontecimientos y actividades de que se habla por relación al contexto espacio-temporal creado y mantenido por el acto de la enunciación.

.- De acuerdo con Jakobson tienen función deíctica:

- Los pronombres personales (/yo/, /tú/, ...)
- Los demostrativos como /esto/, etc.
- Adverbios y expresiones adverbiales: /Hoy/, /ahora/, /actualmente/, /aquí/...
- Tiempo y modo verbales: permiten identificar la localización temporal del hablante y, en ocasiones, la disposición emotiva del hablante.

.- Los deícticos forman el sistema de referencias a cada situación del discurso cuya clave es /yo/ y definen al individuo a través de la construcción lingüística particular de la que se sirve cuando se enuncia como hablante.

.- En consecuencia, el elemento central del sistema deíctico es el pronombre /yo/. De acuerdo con Benveniste, /yo/ significa "la persona que enuncia la actual situación del discurso que contiene /yo/". Cada /yo/ sólo puede ser identificado por la situación de discurso que lo contiene, y sólo puede ser definido en términos de enunciador. El /yo/ referido es una situación lingüística.

.- Al mismo tiempo, /yo/ forma con /tú/ una correlación de subjetividad (Benveniste), que define el par característico enunciador/enunciatario (autor/lector, emisor/receptor, etc).

.- La correlación subjetiva /yo/-/tú/ determina que la forma personal /él/ realice una función desubjetivizadora, cosificadora en el texto. En términos de la situación lingüística de la enunciación /él/ equivale a la no-persona. Por esta razón la narración histórica personalizada asume con frecuencia la forma /él/ como efecto objetivante.

.- La situación del discurso a la que se refiere la red de referencias deícticas en el texto correlaciona el par /yo-tú/ con toda una serie de indicadores característicos:

- /aquí/ y /ahora/ se refieren a /yo/ (delimitan la situación espacial y temporal contemporánea a la situación de la enunciación)
- /éste/, /ése/ y otros demostrativos se hacen interpretables a partir del eje de coordenadas /yo/ (el centro desde el que se designa)
- /delante/, /detrás/ y otros adverbios similares, cuando son usados con referencia al punto de vista del enunciador, también constituyen deícticos.

  P. Ej.

  "*Del otro lado* se encuentra Juan, quien opina que no debería darle importancia"

  "Delante del poste había una señal de prohibido aparcar"
- Algunos verbos, como /venir/ aparecen orientados respecto de la centralidad del enunciador (venir= ir donde se encuentra el enunciador)
- El pretérito indefinido tiene también una dimensión deíctica que denota proximidad emotiva respecto del enunciador (P. Ej. "Aprobé" vs. "he aprobado")
- El futuro tiene también una dimensión deíctica, porque, como afirma Benveniste, "no es más que un presente proyectado hacia el porvenir, e

implica prescripción, obligación, certeza, que son modalidades subjetivas, no categorías históricas".

P.ej. "No me rendiré"

.- En resumen, las referencias deícticas construyen en el texto una "reproducción" de la situación de enunciación (refrerencias a quién, cómo, cuándo, dónde ha sido producido el discurso), cuyo centro es el enunciador representado por el pronombre /yo/.

.- Los deícticos son sólo "auténticos" cuando la situación de enunciación (su sujeto, momento y lugar) quedan implícitos, pues desde el momento en que sean explicitados en el texto, todo elemento que remita a ellos resultará en realidad un anafórico.

4.2.2. Referencias anafóricas

.- Por oposición a la deixis, la ***anáfora*** puede ser definida como la localización y la identificación de las personas, objetos, procesos, acontecimientos y actividades de que se habla en el texto. En suma, la anáfora es un indicador referido a elementos del propio texto.

.- Ateniéndonos a lo expresado en el epígrafe anterior, podemos establecer una correlación entre deícticos y anafóricos (Fuente: Lozano, Peña-Marín y Abril, 1979)

	DEÍCTICOS	**ANAFÓRICOS**
PERSONA	Yo (mi, me, conmigo), tú (te, ti, contigo)	Él (su, se, si, consigo)
TIEMPO	Ahora En este momento Hoy Hace un momento Ayer Mañana Dentro de poco La semana que viene ...	Entonces En ese momento El mismo día Poco antes El día anterior El día siguiente Poco después Una semana más tarde ...
ESPACIO	Aquí Este Venir	Allí Ese Ir

.- Asimismo, por oposición a la deixis:

- La persona central de la anáfora es el pronombre /él/
- Los tiempos verbales característicos de la anáfora son los denominados "tiempos históricos" (presente continuo, pretérito imperfecto, pret. perfecto, pret. pluscuamperfecto, etc...)

.- En términos generales, la red de referencias deícticas constituye la base de lo que denominamos "***textos discursivos***" o "***textos con sujeto enunciador***", mientras que la red de referencias anafóricas contribuye a configurar lo que denominamos "***textos históricos***" o "***textos sin sujeto enunciador***".

4.3. El sujeto textual

.- La mayoría de los textos no presenta formas puras de "discurso" o "historia". A menudo nos encontramos con implicaciones de uno y otro lado: textos discursivos que introducen aspectos "historizantes" y textos históricos que presentan aspectos "discursivizantes". Un caso característico es el de los textos argumentativos (discursivos) que apelan a pequeñas historias como prueba argumental. Pero incluso los textos más "históricos" (en el sentido de "objetivizantes"), suelen presentar implicaciones relativas al enunciador (deícticos).

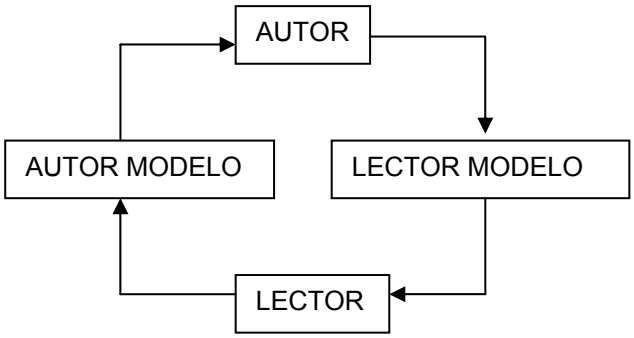
.- Los textos discursivos, en consecuencia, se caracterizan por el despliegue de ***estrategias de representación*** del sujeto (enunciador), entre las que encontramos el uso de deícticos, personas, modos y aspectos verbales, modalizaciones de la enunciación etc.

.- Por el contrario, los textos históricos se caracterizan por el despliegue de ***estrategias de cancelación del sujeto*** (enunciador), entre las que encontramos el uso de anafóricos, personas, modos y aspectos verbales, ausencia de modalizaciones de la enunciación, etc.

4.3.1. Destinador y destinatario

.- Hasta ahora nos hemos centrado en la figura del enunciador en términos de "productor" del discurso (autor, emisor...). Sin embargo, si prestamos atención al texto no como objeto, sino como estrategia intencional, el par enunciador/enunciatario puede ser traducido al par destinador/destinatario.

.- Los sujetos /yo/ y /tú/ de la enunciación se explicitan en el texto como estrategias discursivas. Equivalen a lo que Eco ha llamado Autor y Lector Modelo:



- El autor, al producir el texto, opera con una versión ideal del lector-tipo que le sirve para desplegar las estrategias que orienten la interpretación del texto. Al mismo tiempo, al desplegar la red de referencias deícticas, ofrece al lector una imagen de ése "lector-tipo", de modo que éste se pueda adecuar a ella.

P.Ej. En "El Nombre de la Rosa", al incluir pasajes en latín sin traducción, Umberto Eco perfila un lector modelo de elevado nivel cultural.

- El lector, al interpretar el texto, reconstruye al sujeto enunciador como una estrategia textual (autor modelo) que le sirve para presuponer intenciones y orientar interpretaciones.
  P.Ej. Al leer "El Nombre de la Rosa", reconstruimos una imagen de un autor erudito, con amplios conocimientos de cultura clásica y medieval, etc...

.- La figura del lector modelo se corresponde con el destinatario previsto por el texto, es decir, aquél lector a quien va dirigido el texto.

.- La figura del lector (intérprete) se corresponde con el "destinatario real" o concreto que interpreta el texto.

4.4. Narrador y observador: focalización exterior e interior

.- Con la cuestión de la reflexividad se ha introducido otro aspecto relevante de las estrategias discursivas: la distinción entre las instancias narrativas y el punto de vista del observador.

.- El narrador aparece caracterizado por el uso de la voz, mientras que el observador aparece caracterizado por el uso de la mirada.

.- Los términos usados para referirse a la posición del observador son los de "exterior" e "interior" aplicados al saber del enunciador sobre los personajes. En el lenguaje cinematográfico esta distinción aparece ilustrada por la técnica de la cámara subjetiva.

.- Así, un narrador o un enunciador pueden contarnos un mismo hecho desde dos puntos de vista diferentes:

a) Exterior: "Miró hacia él con los ojos extremadamente abiertos, inexpresivos. Un temblor en la comisura de los labios precedió al golpe mortal"
b) Interior: "La rabia le afloró por las pupilas, incontenible. Nunca había odiado tanto. Pese a todo, intentó contener cualquier expresión antes de asestarle el golpe final"

.- Llamamos focalización a la determinación del punto de vista (interior o exterior) desde el que es utilizada la voz (narrador/enunciador).

.- La ***focalización interior*** supone la complicidad o el sincretismo entre el enunciador y el personaje focal (sabe lo que éste piensa, siente o percibe). La ***focalización exterior*** supone lo contrario y es utilizada como estrategia productora de un "efecto de realidad u objetividad"

.- Generalmente toda descripción de un personaje se hace desde una focalización exterior, mientras que la presentación del contenido de sus percepciones y procesos mentales (lo que piensa y siente) se hace o bien desde una focalización interior (Ej:

"Sintió rabia") o bien mediante una extrapolación comparativa a los sentimientos, percepciones y pensamientos del narrador (Ej: "Debió de sentir rabia", "Pareció sentir rabia").

.- Genette establece la siguiente tipología respecto de los usos de la voz y la mirada (Fuente: Lozano, Peña Marín y Abril, 1979):

	FOCALIZACIÓN		
VOZ		**Acontecimientos analizados desde el interior**	**Acontecimientos analizados desde el exterior**
	Narrador personaje de la acción	El protagonista cuenta su propia historia	Un testigo cuenta la historia del protagonista
	Narrador no personaje de la acción (enunciador)	Un narrador cuenta la historia sin ser personaje (sólo conocedor)	
	No narrador	1) Enunciador omnisciente 2) Monólogo interior	Enunciación "objetivada" en tercera persona y desde el exterior

.- La distinción en el punto de vista permite articular e interpretar las modalizaciones que el enunciador realiza sobre aspectos del texto, como los personajes. Así, en el caso del narrador omnisciente (que posee toda la información sobre lo que sienten, perciben o piensan los personajes), encontramos casos en los que la voz del enunciador modaliza un personaje que es presentado desde un punto de vista interno (a) y casos en los que la enunciación se caracteriza por una marcada contención en la modalización del personaje (b).

Los siguientes ejemplos, tomados de Lozano, Peña Marín y Abril (1979), pueden servir de ilustración:
Ej (a): "El gachupín experimentaba un sofoco ampuloso, una sensación enfática de orgullo y reverencia: como collerones le resonaban en el pecho fanfarrias de históricos nombres sonoros, y se mareaba igual que en un desfile de cañones y banderas: su jactancia, ilusa y patriótica, se revertía en los escondidos compases de una música brillante y ramplona." Valle Inclán: *Tirano Banderas*

Ej (b): "Emma dejó caer el papel. Su primera impresión fue de malestar en el vientre y en las rodillas; luego de ciega culpa, de irrealidad, de frío, de temor; luego quiso estar en el día siguiente..." J.L. Borges: *Emma Zunz*.

4.5. El nivel metanarrativo

.- Denominamos nivel metanarrativo a todas aquellas referencias que aparecen en el texto *acerca* de la propia narración. Se trata, por tanto de una "narración sobre la narración", es decir, momentos del relato en los que el narrador comenta la narración.

.- Son especialmente característicos lo ejemplos en que el narrador interpela directamente al lector poniendo en primer plano no el curso de lo narrado sino la acción misma de narrar:

Ej: "Comprenderá entonces el lector que, llegados a este punto, ignoremos que aconteció a Don Pedro y centremos nuestra atención en las vicisitudes a que tuvo que enfrentarse Doña Adela por su causa"

.- Para que la metanarración sea posible es necesario que en el texto aparezcan diferenciados lo narrado y el acto de narrar, es decir, que se *atribuyan marcos diferentes a la narración y a lo narrado*: así, por ejemplo, en El Quijote, el marco de la narración es el de la "transcripción" del manuscrito de Cide Hamete Benengeli (Cervantes nos cuenta lo que otro cuenta), mientras que el marco de lo narrado lo constituye la mezcla de situaciones típicas de las novelas de caballerías (batallas, lances amorosos, etc) y de situaciones típicas de la vida cotidiana de la época (pleitos, historias de desamor, encuentros con personajes-tipo, etc.).

4.6. La palabra propia y la ajena

.- En un texto encontramos no sólo la voz del autor, sino múltiples voces entrecruzadas. En ocasiones, el enunciador se sirve de esas voces para construir la suya propia. El caso más explícito es, evidentemente, el del narrador, que puede ser considerado, en ocasiones, como la voz del enunciador.

.- El uso de las voces constituye en el texto una de las principales estrategias discursivas a la hora de construir efectos de sentido (realismo, contradicción, paradoja, refutación, ironía, parodia, certeza, etc...)

4.6.1. Estilo directo y estilo indirecto

a) El Discurso Directo (DD)

.- El DD consiste en la transcripción fiel del enunciado emitido por un locutor, en ocasiones acompañado de signos que marcan esa cualidad, como el es caso de las comillas.

Ej: Aznar afirma que "no aplicará el rodillo".

.- El uso del DD se asocia generalmente a la idea de objetividad, en el sentido de que constituye una transcripción fiel del enunciado emitido por un locutor determinado. Sin embargo la objetividad no depende sólo del grado de conformidad del enunciado respecto del original, sino también de si existe o no intervención, desviación del sentido, etc, por parte de quien cita las palabras reproducidas.

.- Citar a otro en la forma del DD supone cederle la palabra íntegramente, lo que implicaría reproducir el contexto de su enunciación. Esto es imposible realizarlo del todo, de modo que quien cita nunca desaparece del todo oculto tras la voz de quien es citado.

.- Se pueden utilizar las palabras de otro para, a través de ellas, y sin dejar de mostrar que son de otro, expresarse uno mismo.

Ej.: Julián Hernández, psiquiatra del Hospital Central, afirma que "se trata de comportamientos típicamente psicóticos"

.- En otras ocasiones la cita sirve para calificar al locutor citado, sin expresar ningún juicio explícito ni valoración sobre él o sobre sus palabras.

Ej: El portavoz de la oposición congoleña llama "hijo de mala madre" al presidente.

.- El DD puede servir también como parodia del locutor citado, en la que se acentúa o exagera algún rasgo de su enunciado o de su persona:

Ej: Jesús Gil asegura que es "un hombre culto y comedido".
González afirma que "es el verdadero autor de la Constitución"

b) El Discurso Indirecto (DI)

.- El DI supone la reformulación, por parte del enunciador, de aquello que cita. La forma clásica del DI es la de la frase subordinada y la traslación de los tiempos verbales:

Ej: "Don Pedro dijo que no tenía nada que ver con las tribulaciones de Doña Adela"

.- Dicha reformulación puede decantarse por:

a) una expresión fidedigna del original (una traslación literal del DD al DI)
b) un resumen o condensación de los contenidos
c) una interpretación y calificación del enunciado citado o de la actitud del locutor citado.

4.6.2. Contaminación de voces: el estilo indirecto libre (IDL)

.- El IDL es en realidad una forma híbrida de DI y DD:

- El IDL se identifica con el DI por cuanto el enunciador introduce en su discurso el discurso del locutor citado y lo traslada a su situación enunciativa.
- El IDL se identifica con el DD por cuanto el enunciador cede su voz al locutor citado y le deja hablar con sus propias palabras.

.- Se trata, pues, de una suerte de contaminación entre la enunciación propia y la ajena.

Ej: "Todo era mentira de la gente. Había querido con el alma a su pobre hermano; le quería aún; si había muerto fue por no creerla a ella; a ella, que no había tenido valor para ser esquiva y fría con un hombre tan enamorado".

.- Con el IDL el autor se introduce en el personaje y habla a través de él.

Ej: "Se echaba en cara haber sido hasta entonces una mujer sin cuidado para sí misma. A los dieciséis años ya era hora de que pensara en arreglarse. ¡Cuán estúpida había sido al reír de su madre siempre que la llamada desgarbada!"

4.6.3 Las citas implícitas

.- Ciertas construcciones lingüísticas presuponen una forma implícita de cita.

.- La forma más general de cita implícita es la que encontramos en la oposición P-no P: por ejemplo, ante un discurso antirracista en el que se alega que los inmigrantes no comenten delitos ni suponen desórdenes públicos presuponemos un enunciador implícito cuyo discurso afirma lo contrario.

.- Algo similar ocurre con las partículas /pero/ y /sino/ (ver tema 5), que introducen dos discursos contrapuestos en forma de regla general y excepción-negación de esa regla.

.- Igualmente, el uso de partículas del tipo /desde luego/, /obviamente/ o /por supuesto/ apuntan a una cita implícita en la que el enunciador se apodera del discurso del lector:

> Ej: /Desde luego esto no es así/ (equivale a la afirmación: "usted, lector, sabe que esto no es así"= "El lector afirma que esto no es así y yo (enunciador) lo suscribo")

.- Una versión de esta última forma es la de la generalización del enunciado implícitamente citado, mediante fórmulas del tipo /según algunos/, etc.

.- El uso de las comillas como factor de relativización y/o matización del término entrecomillado corresponde también a una forma de cita implícita.

> Ej: "Los asistentes ratificaron su "solidaridad" linchando públicamente al inocente" (hace referencia a la distancia entre el concepto "solidaridad" en el discurso citado (el de los linchadores) y en el discurso del enunciador)

4.7. Las figuras de la distancia enunciativa: ironía y parodia

.- En el último ejemplo del epígrafe anterior se apuntaba ya el papel que puede jugar en el texto la distancia enunciativa, es decir, el valor significante de la distancia que el enunciador puede marcar respecto del enunciado. Así, en el ejemplo anterior se advierte un matiz irónico-crítico por el que entendemos que el término "solidaridad" significa en el discurso del enunciador todo lo contrario: "insolidaridad"

.- La ironía, así, puede ser entendida como una forma de cita implícita que se caracteriza no por la apropiación del discurso de otro, sino por lo contrario, por el distanciamiento del enunciador respecto del enunciado.

.- Así, por ejemplo, unas hipotéticas declaraciones de Jorge Valdano en las que afirmara:

> "lo ha dicho el secretario de Estado para el Deporte, que sabe mucho más de fútbol que yo"

el enunciador manifiesta exactamente lo contrario de lo que dice: que él sabe más de fútbol que el ministro de Deportes.

.- El fenómeno de la distancia irónica corresponde a la pretensión de que el destinatario atribuya al enunciador una no adhesión a su comportamiento lingüístico. Para ello es necesario entender a quién caracterizarían esas palabras respecto de las que se distancia el enunciador.

.- La parodia es, más que un procedimiento expresivo, un género. Se trata, además, de un género intertextual, en el que se superponen el texto (o género) parodiado y el texto parodiante. La distancia aquí no se da entre el enunciador y el enunciado, sino entre el enunciador y un género o forma textual. Así, en el caso de El Quijote, el texto/género parodiado es el de las novelas de caballería, mientras que en el texto parodiante se pone de manifiesto la distancia enunciador/género.

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Selección de un texto periodístico, informativo o argumentativo, y realización de un análisis conforme a los epígrafes y conceptos centrales del tema.

- Selección de un texto publicitario, de naturaleza verbo-icónica (gráfica) o audiovisual (spot), y realización de un análisis conforme a los epígrafes y conceptos centrales del tema.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- BARTHES, R. *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, (1997)
- BROWN, G. & YULE, G. *Análisis del discurso*, Madrid, Visor, (1993)
- DIJK, T. Van. *La noticia como discurso*, Barcelona, Paidós, (1990)
- DIJK, T. Van. *La ciencia del texto*. Barcelona, Paidós. (1996)
- ECO, U., *Lector in fabula*, Barcelona, Lumen, (1981a)
- ECO, U. *La estructura ausente*, Barcelona, Lumen, (1981b)
- ECO, U. *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen, (1997)
- ENTREVERNES (Grupo de) *Análisis semiótico de los textos*, Madrid, Gredos, (1977)
- GREIMAS, A. J. *En torno al sentido. Ensayos semióticos*, Madrid, Fragua, (1973)
- LOZANO, J., PEÑA-MARIN, C., & ABRIL, G. *Análisis del discurso*, Madrid, Cátedra, (1979)
- RODRÍGUEZ, R. y MORA, K. *Frankenstein y el cirujano plástico: Una guía multimedia de semiótica de la publicidad*. Alicante, UA (2002)

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- ¿Qué es la modalización y cómo se articula (tipos, subtipos, relaciones, etc.?
- ¿Cómo se organiza la estructura narrativa del texto?
- ¿Qué relación existe entre autor y lector modelo?
- ¿Qué relación existe entre los sujetos textuales, la deixis y el tipo de enfoque empleado en el texto?
- ¿Por qué decimos que la ironía o la pariodia constituyen una clase de cita?

BLOQUE II
MODELOS Y TEORÍAS SOCIOCOGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN

7 Tipología psicosocial de las formas comunicativas

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Conocer, organizar y articular los criterios de clasificación de las formas de comunicación como objeto de estudio.
- Conocer los rasgos básicos y distintivos de las diversas formas de comunicación humana, las disciplinas que las estudian y las principales líneas de investigación y aplicación derivadas de ellas

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. LAS TIPOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

.- En los temas anteriores hemos llegado a las siguientes conclusiones respecto de la comunicación humana:

a) La comunicación humana es un ***fenómeno social*** en tanto en cuanto posibilita la coordinación de conductas de los sujetos (individuos, instituciones, organizaciones...) en los sistemas sociales humanos.
b) La comunicación humana es un ***fenómeno cultural*** por que se realiza esencialmente a través de conductas aprendidas (lenguaje, gesticulación, etc.)
c) La comunicación humana es un ***fenómeno de interacción simbólica*** porque consiste en la manipulación y producción de sentidos a través de diversas clases de signos y sistemas de signos.
d) La comunicación humana se caracteriza por requerir una ***autoconciencia individual*** que permita la producción de significados, la identificación de los sujetos que participan en ella y la orientación intencional de los procesos comunicativos.

.- Así pues, cuando hablamos de comunicación humana nos movemos en el territorio de la interacción simbólica (coordinación de representaciones a través de signos) demarcado por tres ejes:

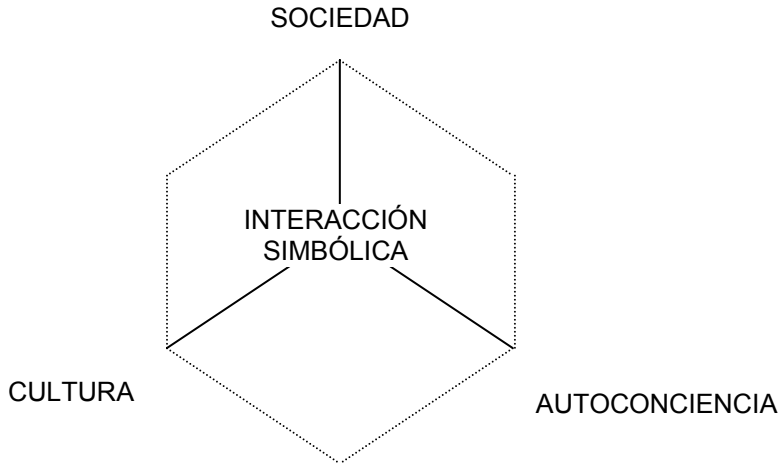


Figura 1:

La interacción simbólica como eje constitutivo de la comunicación humana, condición de posibilidad y resultante de los polos 'sociedad', 'cultura' y 'autoconciencia'

.- Precisamente, en el sentido de interacción simbólica ubicada en los límites de la autoconciencia social y cultural puede afirmarse que la comunicación humana es un *modo de compartir contenidos de conciencia*.

.- A partir de estas premisas, es, pues, preciso reparar en algunas de las condiciones de la comunicación que, de modo implícito o explícito, van a determinar los criterios tipológicos de las formas comunicativas:

1.1. La complementariedad persona/grupo

.- En la tradición sociológica la idea de persona individual constituye, como hemos visto, una suerte de elemento básico indivisible. A partir de la persona individual, entendida como sede de la autoconciencia, la libre voluntad y la intencionalidad, podemos comprender procesos como la comunicación (producción y reproducción de sentido) y conceptos como grupo, institución, conducta, intencionalidad, etc.

.- Sin embargo es preciso recordar que la persona individual surge siempre en un ***contexto social y cultural***, y que es la relación complementaria entre los miembros que configuran una comunidad la que hace posible (y es posible gracias a) los procesos de comunicación.

1.2. Aspectos referenciales y sociales de la comunicación

.- La comunicación humana tiene, además una doble dimensión. Esta doble dimensión de la comunicación humana puede ser expresada como referencial y social.

.- La ***dimensión referencial*** de la comunicación humana es coherente con lo que Habermas denominó "uso cognitivo del lenguaje" y con lo que Austin calificó como

"acto locucionario". Hace referencia a la capacidad del acto comunicativo de orientarse hacia un contenido, de referirse a algo, ser acerca de algo. En este sentido la comunicación produce significados y conocimiento acerca de las cosas.

.- Los conceptos de verdad/mentira, certeza/duda, opinión, error, etc., forman parte de la dimensión referencial de la comunicación. Todos ellos hacen referencia a lo que podríamos denominar estados de conocimiento, es decir, a diversos estados de correlación entre el referente y lo referido.

.- La ***dimensión social*** de la comunicación humana es coherente con lo que Habermas denominó "uso comunicativo del lenguaje" y con lo que Austin calificó como "actos ilocucionario y perlocucionario". Hace referencia a la cualidad del acto comunicativo de constituir un proceso social mediante el cual dos sujetos interactúan y delimitan el ámbito de su interacción, acerca del cual se pronuncian de manera consensuada. En este sentido la comunicación produce sociedad, produce individuos y, en suma, produce un acuerdo intersubjetivo sobre el mundo social (Habermas).

.- Las dimensiones referencial y social se dan siempre y simultáneamente en todo acto comunicativo: interactúan entre sí y se codeterminan la una a la otra. Ésa es la razón por la cual somos capaces de leer entre líneas, de desentrañar significados sobreentendidos u ocultos o de realizar presuposiciones.

1.3. Tipologías psicosociales de la comunicación

.- Desde los primeros estudios se toma conciencia de la naturaleza psicológica y social de la comunicación humana: se trata de procesos que involucran a la mente individual (intencionalidad, voluntad, sentido, significado, razón, emoción...) y a lo social (el otro, el grupo, el universo de sentido, la semiosfera...) hasta el punto de que resulta imposible disociarlos.

.- Desde la psicología social y la sociología se aplica una serie de criterios comunes, derivados del modelo clásico de la comunicación, para clasificar las formas de los procesos comunicativos y desglosados en factores situacionales: formalidad/informalidad de la relación comunicativa, frecuencia, número de comunicadores implicados, grado de retroacción, naturaleza de los canales (naturales/artificiales), configuración de la audiencia (reunida/dispersa), número de canales, distancia física de los interlocutores.

.- A continuación presentamos algunas de las clasificaciones más interesantes indistintamente en formato de tabla y/o lista (Fuentes: McQuail y Windhal, 1997 y Lucas, García y Ruiz, 1999):

TABLA 1: Tipología según J. Miller

COMUNICACIÓN	Nº de comunicadores	Distancia física	Canales sensoriales implicados	Feed-back
INTERPERSONAL	Dos o más personas	Físicamente próximas	Todos los canales naturales	Inmediato
INTRAPERSONAL	Una persona	Inexistente	=	=
MASIVA	Elevado	Gran distancia física	Mínimo de canales sensoriales	Lento e indirecto
PÚBLICA **(se distingue en los fines de los mensajes y en la naturaleza no mediada)**	=	Proximidad física relativa	Predominio de canales sensoriales audiovisuales	=
EN PEQUEÑOS GRUPOS	Grupos reducidos de personas	Físicamente próxima pero mediada	Varios canales	Inmediato e indirecto

Tipología según Reed Blake y Edwin Haroldsen:

.- Teniendo en cuenta factores situacionales análogos a los planteados por Miller, Blake y Haroldsen distinguen:

1. Comunicación intrapersonal: Donde emisor y receptor son la misma persona
2. Comunicación interpersonal: Entre dos o más personas sin mediación tecnológica.
3. Comunicación de medio: Al igual que la comunicación interpersonal, cuenta con un número restringido de participantes, pero tiene lugar a través de medios tecnológicos (p. ej. una conversación telefónica).
4. Comunicación organizacional: Dentro de una organización. Tiene lugar teninedo en cuenta la distribución jerárquica de los participantes y su caracterización funcional dentro de la organización.
5. Comunicación masiva: Se desarrolla con audiencias grandes, heterogéneas y anónimas, en un acto público, con medios técnicos, de forma dispersa y con mensajes públicos hacia múltiples destinos.
6. Rumor: Información de fuente desconocida que surge en situaciones de ambigüedad.

Tipología según Deutschmann

.- Distingue tres factores situacionales: publicidad/privacidad, restricción de participantes, presencia de medios técnicos, y grado de dispersión de los participantes.

1. Comunicación privada cara a cara
2. Comunicación privada con medios técnicos
3. Comunicación pública cara a cara
4. Comunicación pública con medios técnicos y audiencia reunida
5. Comunicación pública con medios técnicos y audiencia dispersa

Tipología según Denis McQuail

.- Realiza una clasificación conforme a criterios situacionales centrados en la frecuencia del número de casos, el número de personas implicadas y el contexto de producción del proceso comunicativo:

1. Comunicación intrapersonal
2. Comunicación interpersonal
3. Comunicación intergrupal
4. Comunicación intragrupal
5. Comunicación institucional u organizacional
6. Comunicación global

.- La aparición de las nuevas tecnologías de la comunicación (como, por ejemplo, en el caso de Internet) introduce factores novedosos en estas clasificaciones de la comunicación. Algunos de esos factores son:

- Distribución generalizada de la comunicación (conectividad global)
- Accesibilidad
- Mezcla de los caracteres definidores de los sujetos participantes en la comunicación (individuos, grupos, instituciones...)
- Generalización de la mediación tecnológica.
- Privilegio de los sentidos visuales y auditivos.
- Predominio de la imagen

.- Se observa en cualquier caso que, para la mayoría de los autores, los factores decisivos de la clasificación conciernen a:

A) El número de participantes en el proceso comunicativo y su distribución articulación
B) La mediación tecnológica implicada en el proceso comunicativo
C) El tipo de funcionalidad atribuido al proceso comunicativo

.- Resultado de las combinaciones de estas variables se prefiguran tres grandes grupos de formas comunicativas:

A) ***Formas privadas***, caracterizadas por la informalidad, la diversidad, el reducido número de participantes (interpersonal o grupal), pudiendo ser mediadas tecnológicamente (teléfono, nuevas tecnologías, etc.). Son tradicionalmente objeto de estudio de la psicología.
B) ***Formas sociales***, caracterizadas por el mayor número de participantes, por un mayor grado de formalidad, por su orientación funcional específica en un contexto social determinado (intergrupal, institucional, pública) y por una mediación tecnológica relativa. Son tradicionalmente objeto de estudio de la psicología social y la sociología.
C) ***Formas masivas***, caracterizadas por el número masivo de participantes, la unidireccionalidad, la ausencia de feed-back, la absoluta dependencia de la mediación tecnológica, la elevada formalización, el anonimato de los interlocutores, etc.

2. COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL, INTROSPECCIÓN Y OBJETIVACIÓN DEL YO

.- Algunos de los autores citados consideran la forma de comunicación intrapersonal. En términos generales el concepto de "comunicación intrapersonal" hace referencia a la concepción de que interiorizamos nuestras experiencias a través de una suerte de "diálogo con nosotros mismos", que posteriormente asentamos en forma de narración.

.- Por ejemplo, cuando revivimos un recuerdo o cuando nos preguntamos acerca de las emociones que nos provoca determinado acontecimiento está teniendo lugar una especie de diálogo implícito en el que confrontamos nuestro yo actual con la percepción del yo que participa en la vivencia en cuestión.

.- Así, si reflexiono acerca de cómo actué cuando participé en aquella entrevista de trabajo o en aquella conversación entre amigos, tiene lugar un encuentro entre el que soy ahora y el que participó en aquella situación, quizás más ingenuo, o más inexperto... En definitivamente, constantemente nos interrogamos acerca de lo que vivimos, de lo que sentimos y de lo que pensamos. La respuesta a esas preguntas nos ayuda a ordenar nuestras vivencias y a construir un relato coherente de lo que somos y de lo que hacemos. Un relato que pueda ser entendido por los otros.

.- La idea de la comunicación intrapersonal está directamente vinculada con:

- La tradición introspeccionista en psicología
- El concepto de objetivación del yo en G.H. Mead

.- La tradición introspeccionista en psicología hacía hincapié en la validez de la reflexión auto-orientada acerca de los que somos, de cómo pensamos y sentimos, como fuente de conocimiento o de datos relevantes.

.- El concepto de objetivación del yo en G.H. Mead hace referencia precisamente a ese diálogo entre el yo percibido y el yo que percibe las experiencias vividas, a partir del cual se constituye una identidad que puede ser expresada socialmente.

.- Para otros autores, sin embargo, la comunicación intrapersonal no puede ser considerada como una clase de comunicación social, puesto que no hay intercambio de contenidos de conciencia entre diversos individuos. La cuestión es dilucidar si el concepto la autopercepción del individuo

a) Tiene lugar en un contexto social
b) Es separable o aislable de los fenómenos sociales y, en particular, de la comunicación

.- Finalmente, conviene señalar que, en tanto en cuanto nos remite a una teoría difusa del inconsciente y a la noción de un 'sujeto interior' ampliamente asentada en la vida cotidiana de nuestra cultura, la idea de la comunicación intrapersonal se aplica de forma habitual en las argumentaciones publicitarias y en otros discursos argumentativos de los medios de comunicación.

3. LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL: LA COMPLEMENTARIEDAD YO/OTRO

.- Existe un consenso generalizado acerca del hecho de que la comunicación interpersonal es la forma de comunicación social primera, más extendida y más relevante; hasta el punto de que las demás formas de comunicación se consideran en ocasiones meras extensiones de ésta.

.- Si aceptamos que vivimos y nos movemos en un mundo social repleto de sentidos, en el cual el individuo o la persona constituyen la sede de la consciencia, la voluntad y la intencionalidad, entonces entenderemos que la comunicación interpersonal constituye la base de las relaciones humanas y, por extensión, de todo aquello que calificamos de "humano".

.- Sin embargo, como ya observó G.H. Mead, no es posible hablar de la relación (sea comunicativa) entre dos personas (dos identidades diferentes) sin que surja la pregunta de cómo aparecen o cómo se configuran esas identidades diferentes, esas personas.

.- Es necesario, pues, explicar no sólo que la comunicación interpersonal constituye sociedad, sino que también la sociedad y la comunicación interpersonal constituyen al individuo.

.- A esto es a lo que se dirigen las teorías de Mead, tal y como se planteó en los temas 3 y 4. A este respecto baste recordar el primer axioma de la comunicación de la Escuela de Palo Alto, que afirma que "no podemos no comunicar"

.- El ámbito de la comunicación interpersonal (en el sentido literal de comunicación entre dos o entre pocos individuos) suele asociarse con la comunicación cara a cara, aunque, en rigor, incluye también comunicaciones mediadas tecnológicamente (conversación telefónica, correo, correo electrónico, chat, etc).

.- Por lo general, cuando se hace referencia a una comunicación interpersonal se encuentran más o menos implícitas las siguientes características del proceso comunicativo:

- ***Simetría***: Se presupone a todos los participantes las mismas posibilidades de intervención y competencias comunicativas equivalentes
- ***Simultaneidad*** de los procesos interpretativos
- ***Feed-back***: existe una constante retroalimentación entre los participantes, es decir, que la actitud de uno afecta a la del otro, etc.
- ***Contexto***: El contexto en que tiene lugar la comunicación resulta determinante no sólo en el sentido físico (condiciones espaciales, ambientales, etc.), sino sobre todo en el sentido semántico y cultural (significación de los espacios, objetos del entorno, etc.).
- Coordinación de la ***definición de la situación***: Los participantes identifican y contribuyen a definir (o, en su caso, a redefinir) el marco de la situación comunicativa en que participan.
- Delimitación y coordinación de ***roles***: Paralelamente a la definición de la situación, los participantes asumen y coordinan roles adecuados al marco comunicativo.

.- En cuanto a las variaciones generalmente consideradas en la comunicación interpersonal, podemos destacar las siguientes:

a) La comunicación cara a cara

.- Equivale a la comunicación entre dos personas (o en un grupo reducido de ellas) en presencia mutua inmediata y en actitud natural dialógica. Es la forma por antonomasia de la comunicación interpersonal, constituyente esencial de los procesos de socialización y de configuración de la personalidad individual.

.- Implica una amplia variedad de formas sociales, desde las más informales, espontáneas y naturales, como el diálogo privado, hasta las más formalizadas, como las interacciones comunicativas entre sujetos institucionales (p.ej. un usuario y un funcionario), interacciones protocolarias, etc. De entre estas últimas conviene tener en cuenta por su interés estratégico en el campo de las relaciones públicas:

a.1) *La negociación*

.- Es el tipo de comunicación cara a cara realizado entre dos personas (o entre un grupo reducido de ellas) institucional u organizacionalmente identificadas, dirigida a una confrontación y articulación de intereses, con el objeto último de llegar a un acuerdo y de obtener de la contraparte unas garantías necesarias y suficientes de la aplicación de dichos acuerdos.

.- La negociación implica estrategias persuasivas, de ocultación, de anticipación y emocionales, así como un dominio de la situación comunicativa en todos sus aspectos (vestimenta, gestos, ambiente, reacciones, etc).

a.2) *La comunicación pública restringida*

.- Es aquella que se conoce habitualmente como 'comunicación en público', es decir, aquella comunicación interpersonal en un grupo de personas de reducido a relativamente amplio, en presencia simultánea y directa, y con un cierto grado de formalización.

.- En cierto sentido es una variante mestiza de la comunicación cara a cara y la negociación. Comparte con esta última el carácter estratégico de orientación sobre intereses, y con la primera, el carácter de directa y simultánea. Ejemplos de este tipo de comunicación interpersonal serían una clase, una conferencia, una exposición ante un tribunal, una presentación de un proyecto de empresa, etc.

b) La comunicación no verbal

.- El rasgo característico de las formas de comunicación presenciales (y de aquellas no mediadas por la escritura) es, precisamente, el de involucrar el acceso visual a la actitud del interlocutor. Este matiz introduce de lleno la importancia de la comunicación no verbal (CNV) especialmente en la comunicación interpersonal cara a cara.

.- Efectivamente, no sólo las palabras comunican en la interacción cara a cara. De entre los aspectos característicos de la CNV que inciden en la comunicación cara a cara, cabe destacar los siguientes:

- El espacio (la distribución de los espacios es significativa: por ejemplo, el espacio físico que rodea a cada persona es un espacio de intimidad, al que sólo se accede con permiso de ésta o, en caso contrario, resulta violento, como en las aglomeraciones o en la intimidación). La proxémica es la disciplina que se encarga de estudiar la significación de los espacios.
- Los gestos, la postura, que son el objeto de estudio de la kinésica.
- La mirada.
- Señales paralingüísticas (son señales no verbales asociadas al lenguaje y a su significación, como el tono, expresiones sonoras, algunos gestos, etc.)
- El aspecto físico y los objetos asociados (el uso del propio cuerpo y de los objetos como signos de identidad, status, etc, conforman un fenómeno cultural ancestral que, por otra parte, es consustancial a la cultura de masas).

.- Desde el punto de vista de su articulación con la comunicación verbal (CV), la CNV puede realizar las siguientes funciones (Balandro y Barrer, cit. en Lucas, García y Ruiz, 1999):

a) La CNV repite el significado de la CV
b) La CNV enfatiza o subraya el significado de la CV
c) La CNV complementa y añade sentido al significado de la CV
d) La CNV contradice el significado de la CV
e) La CNV sustituye o reemplaza a la CV

c) *La comunicación interpersonal con mediación tecnológica*

.- La introducción de mediación tecnológica en la comunicación interpersonal aporta cambios cualitativos importantes en el proceso comunicativo que deben ser comprendidos y tenidos en cuenta. Un buen ejemplo para reflexionar acerca de esta cuestión es el de los procedimientos utilizados para la construcción y expresión de la identidad individual en Internet, o el de la creación espontánea de metalenguajes para-gestuales, como los 'emoticones' en Internet y los SMS.

4. LA COMUNICACIÓN GRUPAL: UN SALTO CUALITATIVO

.- Evidentemente estamos todavía en el territorio de la comunicación interpersonal. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que, en muchos ámbitos de la comunicación interpersonal, ésta tiene lugar no sólo ***entre*** individuos, sino ***en*** grupos de individuos. La conclusión necesaria de la importancia del papel del grupo en la comunicación social entre individuos supone, pues, un salto cualitativo importante en el estudio de la comunicación.

.- Uno de los autores pioneros en la investigación de la comunicación grupal fue Kurt Lewin (1890) filósofo y psicólogo próximo a la psicología de la Gestalt y creador del Research Center of Group Dynamics en el Massachusetts Institute of Technology (MIT), además de ser uno de los pioneros en la Mass Communication Research, como más adelante veremos.

.- Lewin se preocupó del estudio de la motivación y realizó valiosas investigaciones en la América de principios de siglo orientadas a problemas sociales como la integración de los emigrantes, la discriminación racial, las tensiones grupales, los prejuicios de carácter colectivo, etc.

.- Para explicar las dinámicas grupales y su incidencia en la motivación individual Lewin propuso su *teoría del campo*:

.- Contrario a la excesiva importancia concedida en su tiempo a la idea de que la única fuente de explicación de las conductas era la comprensión del individuo, Lewin planteó la concepción del grupo social como un campo (el entorno inmediato del individuo) en el que podían observarse una serie de fuerzas (expresadas en forma de vectores) de atracción o rechazo (valencias positivas o negativas) que configuraban por igual la dinámica del grupo y las preferencias emotivas (y por tanto, motivacionales) del individuo. Lewin, por tanto, concibe el espacio vital del individuo como un campo en el que actúan fuerzas de carácter afectivo o emotivo (filiaciones) que inciden en la motivación y en las conductas del individuo. En este sentido, la percepción del mundo social que tiene el individuo se hallaría mediada por la percepción del mundo social (valores compartidos) que tiene el grupo y por la situación del individuo en la dinámica de su grupo (rol).

.- Así pues, Lewin estudia la influencia del grupo en la conducta del individuo. El punto de partida es la consideración del grupo no como una mera colección de individuos, sino como un entramado de relaciones que media la percepción del mundo social.

.- Desde este punto de vista Lewin consideraba que para cambiar la conducta de un individuo era más acertado actuar sobre su grupo que sobre el individuo de forma aislada. En otros términos: desde el punto de vista de la persuasión es más rentable plantear cambios en decisiones de grupo que en decisiones individuales.

.- Recogiendo la reflexión de la Escuela de Chicago, Lewin distingue entre:

- **Grupo primario** (Natural: p. Ej. Familia o creado: p. Ej. Club, pandilla...):
  - grupo pequeño
  - carácter íntimo
  - implica un contacto regular y directo
  - Su existencia no depende del propósito del grupo
  - Su mantenimiento depende de la implicación emocional de los miembros
  - Los miembros tienen conciencia de su calidad de tales, conocen las reglas de cohesión y se conocen entre sí.

- **Grupo secundario**:
  - Grupo más amplio
  - Impersonal

- Contacto menos directo
- Su existencia depende del propósito del grupo
- Su mantenimiento depende de la implicación funcional o estructural de los miembros

.- También presta atención a la estructuración de los grupos, hablando de grupos informales (menos estructurados, más homogéneos, más solidarios y cohesionados) y grupos formales.

.- Dentro de la dinámica de grupo, para Lewin, juega un papel especial la figura del líder, es decir, la persona que cataliza las decisiones del grupo y que coordina sus evoluciones conductuales, haciendo, además, de vínculo o filtro dominante en las relaciones con el entorno del grupo. A partir de una investigación realizada sobre la configuración de líderes y dinámicas de grupo en niños, Lewin considera cuatro tipos de líder, demostrando con ello las ventajas organizativas de la democracia frente a la autocracia:

- **Autocrático**: Necesita reconocimiento de su autoridad y mantiene las distancias, toma decisiones autónomas, se asegura de que se cumplan sus órdenes, censura al incumplidor y son admirados por el resto.
- **Democrático**: Toma decisiones participativas, busca el acuerdo y el consenso, privilegia el espíritu de equipo la cohesión del grupo y la discusión racional.
- **Burocrático**: Obtiene su autoridad del cumplimiento estricto de normas, por lo que suele tener un carácter más estático y poco innovador.
- **Laissez-faire**: Se trata del "lider de compromiso" que no ejerce de tal, se limita a dejar que las cosas sucedan y evita la toma decisiones.

.- El tipo de líder se halla directamente relacionado con la forma en que se articula el grupo y, consecuentemente, también afecta a la comunicación intergrupal. Asimismo todo ello es decisivo en aspectos tan importantes como la cohesión, la solidaridad y la conciencia del grupo.

.- La comunicación en el grupo permite delimitar y articular los roles y su objetivo prioritario es el de minimizar los conflictos y mantener la cohesión así como generar una seguridad en las acciones y decisiones que se adoptan.

.- Desde la perspectiva individual (esto es, la relación del individuo con el grupo en el que se halla integrado), Herbet Kelman plantea las siguientes posibilidades:

- Conformidad o sumisión: el individuo adopta las decisiones o patrones conductuales del grupo porque obtiene beneficios
- Identificación: el individuo adopta las decisiones o patrones conductuales del grupo porque se identifica emotiva o afectivamente con alguno de los miembros y "copia" una forma de ser o de actuar (p.ej. en las sectas)
- Internalización: el individuo adopta las decisiones o patrones conductuales del grupo por su coherencia con su sistema de valores.

.- La importancia del grupo aparece suficientemente expresada en la frecuente apelación al "nosotros" como fuente de legitimidad o de certeza.

5. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: LOS ACTORES SOCIALES

.- La comunicación en sociedad no sólo tiene lugar ***entre*** individuos ***en*** grupos sociales, sino también ***entre grupos de individuos***. Cuando tratamos con grupos secundarios formales, es decir, grupos sociales amplios, de carácter formalizado y con una estructura visible, generalmente nos encontramos ante lo que denominamos instituciones: empresas, fundaciones, organizaciones gubernamentales o no gubernamentales de carácter local, regional, nacional, internacional o transnacional...

.- Para darnos cuenta de la importancia de la comunicación intergrupal basta observar las características definitorias de nuestra sociedad:
.- Algunos autores la han definido como la *sociedad de la información* y otros, como la *sociedad del conocimiento*. Vivimos en una sociedad que se caracteriza por:

- Una creciente formalización de las interacciones sociales
- Una gran complejidad estructural: existe una enorme cantidad de estructuras o instancias que realizan a su vez una gran variedad de funciones y participan en una compleja trama o tejido de relaciones sociales. Como afirmaba Luhmann, nuestras sociedades se caracterizan por una creciente diferenciación funcional.
- Una amplia distribución de las capacidades comunicativas: todas las instancias sociales participan en amplios procesos de comunicación, hasta el punto de que cada vez es más importante el intercambio y gestión de la información.

.- ***La comunicación organizacional*** estudia el papel que juegan los procesos de comunicación en las organizaciones (característicamente de tipo económico, como las empresas) en tanto en cuanto se constituyen en actores sociales, con unos determinados intereses y una determinada proyección de imagen.

.- Los procesos de comunicación tanto entre los miembros de la organización como entre ésta y otros actores sociales, configuran tres aspectos característicos de la organización como actor social:

- ***La cultura organizacional***

.- Es el conjunto de hábitos, patrones de conducta y sentidos que caracterizan la dinámica de una organización y que, en definitiva, constituyen su identidad o su espíritu. Connota habitualmente la 'forma' o 'estilo' de hacer las cosas, de enfocar los procesos y estrategias, en definitiva, la 'manera de ser' de la organización. La comunicación organizacional es a la vez expresión y factor de constitución de una cultura organizacional dada.

- ***La identidad organizacional***

.- Equivale a la percepción de sí misma que tiene la organización, de su visión, misión y objetivos, de sus criterios y rasgos definitorios. La identidad organizacional tiene un componente racional/estratégico, que es planificado de acuerdo con su posición en el mercado y sus objetivos de desarrollo e implantación, y un componente emocional/esponatáneo, que se deriva de la internalización por los empleados/miembros de la cultura organizacional. Estos dos componentes se pueden

representar en (a) lo que la organización piensa de sí misma vs (b) lo que los miembros de la organización piensan de ella.

- ***La imagen organizacional***

.- Equivale a la percepción que tienen la organización los actores sociales y el público de su entorno. Si la identidad organizacional es lo que la organización piensa de sí misma, la imagen organizacional es lo que otros piensan de ella.

.- La conexión entre identidad e imagen organizacional constituye el eje de la comunicación estratégica en las organizaciones y abarca desde el marketing a la comunicación publicitaria, la comunicación de crisis, la comunicación integral, la marca, etc.

.- En el estudio de la comunicación organizacional se distingue tradicionalmente entre:

- ***La comunicación interna***:

.- Aquellos procesos de comunicación entre las instancias que constituyen la organización y que contribuyen a su buen funcionamiento (capacidad de cambio, respuesta a imprevistos, retroalimentación interna, motivación, identidad organizacional, etc).

- ***La comunicación externa***:

.- Aquellos procesos de comunicación en el nivel social en los que participa la organización y que contribuyen a optimizar sus relaciones con otras organizaciones así como a construir y difundir la identidad de la organización como sujeto social.

.- El estudio de la comunicación en las organizaciones ha sido abordada desde tres enfoques teóricos:

a) La Escuela clásica:

.- Se configura a partir de las teorías sobre la organización de la producción y el trabajo forjadas de mediados del siglo XIX a principios del siglo XX. Tienden a considerar las relaciones humanas desde la perspectiva de la economía y al individuo como una instancia idealmente racional que busca su propio beneficio. Plantea organizaciones lineales y jerarquizadas, donde se asocia a los individuos con funciones. La organización se concibe como una máquina cuyas piezas son personas que realizan funciones. La realización de funciones comporta recompensas.

.- La comunicación en y entre las organizaciones se realiza por canales formales asociados a las funciones y a la estructura jerárquica. Por tanto se privilegia la comunicación de tipo imperativo y de arriba debajo de la estructura.

b) La Escuela de Relaciones Humanas:

.- Surge a partir de los años 30 como respuesta al carácter excesivamente racionalista, tecnicista y economicista de la escuela clásica y, en parte, como resultado de la crisis del capitalismo industrial o productivo y el desarrollo del capitalismo de consumo, con el consiguiente auge del sector servicios, el ocio y la atención a las motivaciones individuales.

.- Presta más atención a los factores humanos y afectivos que intervienen en la comunicación organizacional. En el caso de las organizaciones económicas (como las empresas), se considera al individuo como una persona que busca su realización personal a través del trabajo y el desarrollo profesional.

.- Se introducen entonces los estudios motivacionales y los mecanismos de comunicación incluyen el feed-back y la dirección de abajo arriba en la jerarquía.

c) La Escuela Sistémica:

.- Surge en los años 60 como una de las aportaciones de la Teoría de Sistemas a la sociología. Entiende la empresa como un sistema social organizado compuesto de instancias o elementos interrelacionados en un equilibrio dinámico.

.- Introduce la importancia de las ideas de relación, de proceso dinámico y deintercambio de información (incluido el feed-back). La comunicación es pues la forma esencial de comunicación tanto entre las partes de la organización como entre ella y su entorno social.

6. LA COMUNICACIÓN DE MASAS

6.1. Comunicación de masas, comunicación colectiva o comunicación mediada

.- Lo que habitualmente conocemos como comunicación de masas recibe también otras denominaciones que hacen hincapié en sus diversos matices: comunicación social, comunicación mediada o comunicación colectiva.

.- Históricamente, las primeras investigaciones a principios de siglo acuñaron el término "comunicación de masas" por la importancia que entonces tenían la psicología conductista y los estudios sobre la naciente sociedad de masas.

.- En parte debido a las connotaciones político-ideológicas del concepto 'masa' y en parte debido a la propia evolución de las sociedades occidentales desarrolladas y de los enfoques metodológicos para su estudio, algunos autores proponen sustituir el término por otras denominaciones.

.- Mc Quail, por ejemplo propone 'comunicación colectiva' o también 'comunicación social' para subrayar esta forma comunicativa característica del siglo XX y que aparece marcada por la colectividad (desplazando el sentido de 'masa', con una excesiva connotación política e ideológica, hacia el sentido de 'numeroso', 'común' y socialmente significativo' que resumen los epítetos 'colectivo' o 'social'). Aunque el término resulta suficientemente explicativo, plantea confusiones posibles con otras formas de comunicación, como la comunicación pública, y, por otra parte, resulta un tanto restrictivo, por cuanto toda forma de comunicación no privada es, en sentido estricto, social.

.- Miquel Rodrigo Alsina, por otra parte, propone, basándose en las aportaciones de Balle, Café y Mutz, entre otros, el término 'comunicación mediada'. Ciertamente la mediación (y en especial su componente tecnológico) es un factor constitutivo esencial en la comunicación de masas. El propio autor (Alsina, 2001:61) señala como características de la mediación las siguientes:

- Intervención tecnológica
- El sujeto enunciador presenta siempre múltiples rostros (el de la persona/personaje, el del programa o sección, el del medio, etc.)
- La producción del mensaje es estandarizada y obedece a sus propias reglas, a menudo independientes de los otros elementos del proceso comunicativo.
- El medio crea sus propios tiempos y espacios
- Hay una clara separación entre los sistemas de producción y los sistemas de recepción; el primero de ellos se halla vinculado a las industrias culturales, mientras el segundo conforma las prácticas comunicativas cotidianas en una sociedad.

.- Pese al interés manifiesto de esta delimitación conceptual, se hace preciso señalar que la mediación tecnológica también (y cada vez más) resulta determinante de otras formas de comunicación, como la interpersonal y la organizacional, si bien con matices marcadamente diferenciales en alguno de los puntos señalados por Rodrigo Alsina.

.- Otros autores, como Blanca Muñoz, abogan por la especificidad del denominador 'comunicación de masas' en relación a la cultura de masas y la sociedad de masas como formas socioculturales características. Frente a la caracterización política o histórico-social del término 'masa', la autora recoge una amplia tradición intelectual para la cual la masa constituye una nueva forma social, la cual, en ciertos sentidos y con transformaciones debidas a la evolución histórica, tecnológica y social, sigue vigente en la actualidad.

.- Nuestra opción será situarnos en un punto intermedio entre los conceptos de 'comunicación de masas' y 'comunicación mediada', incorporando en lo posible los elementos descriptivos y explicativos de ambos términos.

.- En cualquier caso, no debemos olvidar que históricamente el concepto que moviliza la reflexión y el análisis de los nuevos medios es, precisamente, el concepto de masa. Comenzaremos, pues, por delimitarlo.

6.2. Masa, audiencia y medios

.- El término "masa" designa originariamente un conjunto multitudinario de individuos caracterizado por:

- Dispersión
- Ausencia de autoidentidad
- Ausencia de estructura
- La nula incidencia de la racionalidad en la motivación de sus conductas o decisiones
- La fuerte incidencia de la emotividad en su cohesión y en sus conductas

- La ausencia de perspectiva temporal (no presta atención al pasado o al futuro)
- Heterogénea en su composición y homogénea en sus conductas.

.- La idea de que la "masa" caracteriza a la sociedad moderna nace de la reflexión sociopolítica de finales del siglo XIX y de los experimentos en persuasión y propaganda realizados durante las dos guerras mundiales al abrigo de los regímenes totalitarios europeos.

.- La predilección en esa época por el modelo conductista de estímulo/respuesta contribuyó sin duda a concebir la sociedad como una masa moldeable y fácilmente influenciable que respondía con simplicidad a los estímulos precisos y, por tanto, era controlable.

.- Herbert Blumer (1939) distingue entre:

- Grupo: Colectividad restringida que genera pertenencia o identificación, en la que se comparten intereses y se estructura racionalmente para la consecución de objetivos
- Multitud: Colectividad amplia surgida sobre motivaciones de carácter no racional, más temporal y menos estructurada que el grupo.
- Público: Comparte las características del grupo, pero de carácter más disperso. Se forma en torno a cuestiones puntuales o a intereses temporalmente compartidos.
- Masa: De carácter similar a la multitud, nace para designar a un nuevo tipo de público, el del cine y la radio, y presenta los caracteres referidos más arriba.

.- Aunque Blumer concede demasiada relevancia a la relación entre masa y nuevos medios (cuestión mucho más compleja que veremos en el tema 9), sí es cierto que la aparición de los nuevos medios, envueltos en el aura de la maravilla tecnológica, determina importantes transformaciones en los hábitos sociales que, desde el primer momento, suscitan interés y reclaman su estudio. En esta primera etapa se sientan, pues, las bases para la confusión entre los términos de audiencia y masa, que hoy en día perdura.

.- Sobre la base del desarrollo de estos inventos como empresas, instituciones sociales y, propiamente, medios de comunicación, podemos hablar de comunicación de masas se sostiene bajo tres condiciones esenciales

a) La producción múltiple de mensajes de forma estandarizada y orientada a la comercialización
b) La existencia de un número amplio de destinatarios
c) La formación de una colectividad amorfa integrada por individuos atomizados (audiencia/masa)

.- Siguiendo a McQuail podemos resumir del siguiente modo los rasgos de los medios de comunicación en una sociedad de masas:

- La fuente o emisor no es una sola persona, sino una organización o una institución profesional
- El mensaje es estandarizado, multiplicado, no es único. Es una mercancía con valor de cambio y obedece a los criterios de distribución-comercialización como criterios de interés de las audiencias

- La relación entre emisor y receptor es impersonal por la distancia física, y unidireccional porque no permite demasiada retroalimentación.
- Se trata de una relación asimétrica en la que el emisor asume el protagonismo por sus recursos, prestigio y autoridad, debido a lo cual ejerce una gran influencia sobre el receptor.
- Tiene un marcado carácter público.

.- Los cambios en la concepción de la sociedad y sus sistemas de comunicación, las transformaciones en las sociedades desarrolladas y la introducción de las nuevas tecnologías demandan sin lugar a dudas una revisión de esta concepción de la comunicación de masas.

.- Tradicionalmente se asigna a los medios de comunicación masas la triple tarea de informar, entretener y persuadir, clasificando en ocasiones los propios contenidos de los medios de acuerdo con estos criterios (información, ficción y publicidad/opinión). Debido a su naturaleza tecnológica y a su homogeneidad institucional, al hablar de medios de comunicación de masas tradicionalmente consideramos la prensa, la radio, el cine y la televisión, a los que añadimos Internet. En los próximos temas veremos en qué medida las fronteras entre los tipos de contenidos son permeables y hasta qué punto es posible incluir otros ámbitos de las industrias culturales en el criterio de medio de comunicación.

6.3. Dimensión social e institucional del medio de masas

.- Los medios de masas constituyen instituciones sociales de extraordinaria relevancia, pues son los protagonistas de los procesos sociales (la comunicación de masas) que más han contribuido a caracterizar las sociedades desarrolladas del siglo XX.

.- En tanto que institución, de acuerdo con las observaciones de McQuail, Abril, Rodrigo Alsina y otros, los medios de masas:

a) Producen, transforman, reproducen y distribuyen conocimiento social (ideas, esquemas interpretativos, valores, etc. Acerca del mundo de la vida social que compartimos) a través de informaciones, productos culturales y de entretenimiento, y también contenidos persuasivos destinados a crear opinión o a promover el consumo.

b) Constituyen el foro de encuentro para múltiples actores sociales (individuales y colectivos, espontáneos e institucionales), donde éstos ponen en juego sus intereses y necesidades, así como sus diferentes visiones del mundo.

c) Por ello mismo, presentan un carácter eminentemente público. Si bien McQuail enfatiza la adscripción de los medios a la esfera pública (el ámbito de los intereses compartidos y de la participación comunitaria) y su naturaleza de institución abierta, también es cierto que en las últimas décadas, especialmente en el caso de la TV, se observa una tendencia a la disolución de espacios públicos en espacios privados (y viceversa) así como una creciente clausura del medio sobre sí mismo en la forma de una auto-referencia permanente (Ver tema 9).

d) Su naturaleza institucional y su componente fuertemente tecnológico vincula a los medios necesariamente con las esferas política y económica de la vida social. Así, la institución de los medios de comunicación de masas presenta una estrecha relación con las estructuras de poder del sistema social, tanto con su legitimación como con sus posibles transformaciones, y con las estructuras comerciales (de distribución) e industriales (de producción) que caracterizan la actividad económica de mayor relevancia de finales del siglo XX.

e) Desde la perspectiva del sujeto individual, los medios configuran un acceso privilegiado a la imagen global del mundo social en que habitamos, proporcionando patrones interpretativos, configurando el imaginario sociocultural que compartimos y, en definitiva, ejerciendo de forma dominante el papel de mediador entre la experiencia individual (las vivencias propias del sujeto) y los acontecimientos sociales. En este sentido, el medio opera como vínculo de articulación entre el individuo y la colectividad en los siguientes términos (McQuail, 1991):

1. **Ventana** a la experiencia de acontecimientos y situaciones sociales lejanos o ajenos al ámbito inmediato del sujeto.
2. **Intérprete** que explica y confiere sentido a los acontecimientos sociales, los valores, etc. Que, de otro modo, se vivirían como fragmentarios e inconexos.
3. **Plataforma o vehículo** para la participación en asuntos de interés público.
4. **Vínculo** entre los miembros de una comunidad que comparte los gustos, símbolos, valores, estética y emociones que configuran sus contenidos.
5. **Señal** capaz de orientar acerca de las tendencias o corrientes en que evoluciona la vida social
6. **Filtro** que supone un proceso de selección de unos acontecimientos, enfoques, valores, ideas, rasgos, etc. frente a otros.
7. **Espejo** que refleja, bien por presencia enfática, bien por omisión significativa, una imagen de la sociedad de la que forman parte.
8. **Pantalla o barrera** que puede distorsionar el conocimiento público de aspectos relevantes de la vida social.

.- Si hasta el momento hemos venido señalando desde diversas perspectivas el papel crucial que la comunicación en todas sus formas juega en la constitución del sujeto individual y de la vida social, en adelante abundaremos en la observación de la comunicación de masas como el fenómeno constitutivamente más relevante de la vida social en las sociedades desarrolladas desde el siglo XX. Relevante hasta el punto de determinar y solaparse a la práctica totalidad de las otras formas de comunicación, que se ha visto progresivamente transformadas por la influencia de la comunicación mediada en el contexto de la cultura de masas.

6.4. La tecnología y el mestizaje de las formas comunicativas

.- La implantación y desarrollo de la comunicación de masas junto a las innovaciones tecnológicas tienen como consecuencia en el marco de la presente clasificación una ***generalización y una radicalización de la mezcla de las formas comunicativas***, multiplicando exponencialmente las influencias y coordinaciones entre ellas.

.- Así, por ejemplo, la incidencia de la comunicación grupal en la comunicación interpersonal es un fenómeno común que no necesita de mediación tecnológica alguna. Sin embargo, la aparición y desarrollo de tecnologías para la ampliación del alcance de la comunicación interpersonal (telégrafo, teléfono, Internet…) introduce a ésta de lleno en el territorio de la comunicación corporativa (patrocinio, publicidad, imagen corporativa y comunicación interna) y de la comunicación de masas.

.- Al mismo tiempo, los géneros y formatos de la comunicación de masas:

a) Imitan y/o simulan otras formas comunicativas:
   Por ejemplo, la televisión o la radio construyen su dinámica dialógica sobre la simulación de la comunicación interpersonal con el espectador individualizado.
b) Subsumen e incluyen otras formas de comunicación
   Por ejemplo, la publicidad incorpora la comunicación corporativa al ámbito de la comunicación de masas y los formatos televisivos y radiofónicos incorporan el diálogo interpersonal como estructura de contenidos a través del debate, la tertulia, etc.

.- Sin embargo, lo realmente importante no es que unas formas comunicativas incluyan otras, sino que éstas devienen inseparables y dan lugar a transformaciones características: un diálogo televisado no es igual que un diálogo en la intimidad, un mítin político se realiza para ser televisado o retransmitido (el público está en función de las cámaras y las cámaras en función del público).

.- Esta estrecha interrelación entre las formas comunicativas de la vida social en el seno de la comunicación de masas hace posible la aparición de lo que algunos autores han denominado ***acontecimientos mediáticos***, es decir, acontecimientos (acciones, declaraciones, etc.) específicamente realizados y diseñados para su aparición en los medios de masas.

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Seleccionar un catálogo de variantes comunicativas tecnológicamente mediada y analizar sus elementos y condiciones. ¿En qué cambian las nuevas tecnologías las formas tradicionales de comunicación interpersonal, grupal, institucional y masiva?

- Seleccionar un acontecimiento mediático (por ejemplo, el caso Prestige) y analizarlo desde la perspectiva de la comunicación de crisis de una organización.

- Seleccionar un contenido informativo, uno de entretenimiento y otro publicitario. (a) Analizar las dimensiones informativa, de entretenimiento y de persuasión presentes en cada uno de ellos y (b) analizar las diferentes formas en que actúan como nexo entre los sujetos individuales y la sociedad (según el epígrafe 6.3).

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

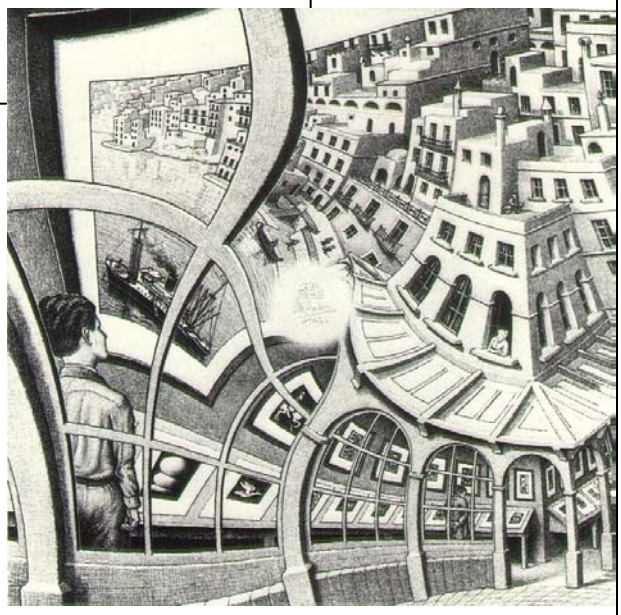
- ABRIL, G. *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid. Ed. Cátedra [1997].
- LUCAS, A., GARCÍA, C. y RUIZ, J.A. *Sociología de la comunicación*. Trotta. Madrid [1999].
- MAYOR, Juan & PINILLOS, J.L. *Comunicación y Lenguaje*. Madrid, Ed. Alambra (1991).
- McQUAIL, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed. Paidos (1991) [1983]
- McQUAIL, D. y WINDAHL, S. *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Ed. Eunsa. Pamplona (1997) [1982]
- MUÑOZ, B. *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Madrid. Ed. Barcanova (1989).
- RODRIGO ALSINA, M. *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona, Ed. Aldea Global [2001].

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- ¿Qué criterios son mayoritariamente utilizados, en la forma de factores situacionales, para elaborar tipologías de las formas comunicativas?
- ¿Con qué corrientes de pensamiento se relaciona la comunicación intrapersonal?
- ¿Qué funciones realiza la comunicación no verbal respecto de la comunicación verbal?
- ¿Qué estudian la kinésica y la proxémica?
- ¿En qué consiste la teoría del campo?
- ¿En qué se diferencia la identidad organizacional de la imagen organizacional?
- ¿Qué caracteriza a la audiencia de los medios de masas?
- ¿Bajo qué condiciones podemos hablar de comunicación de masas?
- ¿Qué aspectos se derivan de la dimensión institucional de los medios de masas?

BLOQUE III

TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA



BLOQUE III
TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

8 El estudio de la comunicación de masas: Teorías, perspectivas y enfoques

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Conocer, organizar y articular las principales corrientes de investigación, reflexión y análisis sobre la comunicación de masas teniendo en cuenta su circunstancia histórica y estratégica.

- Comprender las implicaciones de los supuestos epistemológicos sobre los que operan así como de sus enfoques estratégicos, de modo que sea posible una aproximación crítica a las mismas.

- Aplicar los conceptos, modelos y procesos a casos concretos de la actualidad mediática, de modo que sea posible someter a criterios de validez, actualidad y coherencia los supuestos de las diferentes teorías.

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. LOS ORÍGENES DE LA MASS COMMUNICATION RESEARCH

.- La investigación en comunicación de masas surge a principios del siglo XX, paralelamente al desarrollo e implantación de los medios masivos por excelencia (la radio y la TV) y en un contexto de convulsa reorganización política de la vida social en la que la actividad persuasiva y el estudio de las tendencias psicosociales a gran escala van a adquirir una relevancia singular.

.- Inicialmente la atención se va a enfocar en un doble sentido:

- Por un lado, las transformaciones que a nivel individual (es decir, en el sujeto social concreto) producen las nuevas formas de comunicación, con sus peculiares características de difusión, participación, configuración del mensaje, etc.
- Por otro lado, los cambios sociales, a escala grupal y a gran escala, que esos nuevos procesos comunicativos producen, así como su interrelación con otros

procesos sociales, especialmente los procesos políticos y de legitimación pública.

.- Consecuentemente, los primeros estudios van a surgir de la desigual confluencia de la perspectiva psicológica y psicosocial, primero, y estrictamente sociológica después.

.- A la configuración de los primeros estudios que centran su objeto de análisis específicamente en los medios de comunicación de masas y los fenómenos asociados a su actividad se le ha denominado comúnmente como 'sociología de la comunicación de masas' (Muñoz, 1995) o, atendiendo a su denominación originaria norteamericana (Schramm, 1982; McQuail, 1983), la *Mass Communication Research* (MCR).

1.1. Contexto y evolución de la MCR

.- La MCR se corresponde con la etapa de formación de las teorías y métodos sobre la comunicación de masas que, *grosso modo*, podemos caracterizar como la coordinación y adecuación metodológica de los enfoques conductista y funcionalista.

.- La MCR surge en los Estados Unidos a partir de los años 20, desarrollándose especialmente en el período de entreguerras, hasta 1945, y orientándose a analizar los efectos de la comunicación colectiva ante la generalización de los nuevos medios y la relación existente entre éstos y la sociedad en la que realizan su actividad.

.- Con la aparición, desde el último cuarto del siglo XIX, de la relación público/medio/sociedad se sientan las bases para la identificación y análisis de los grupos sociales que configuran el público-masa y las relaciones de influencia entre los medios y éste.

.- A principios del siglo XX se observan ya los antecedentes directos de la MCR. A partir del grupo de investigadores y teóricos de la *Escuela de Chicago* (ver tema 4) comienzan a proliferar los estudios empíricos de índole conductista sobre la sociedad americana de la época (comunidades de inmigrantes, problemas de integración, distribución de recursos económicos, desequilibrios sociales, etc.).

.- Frente a los estudios conductistas clásicos, de marcado carácter mecanicista e individualizado, la Escuela de Chicago promueve el denominado 'conductismo social' (centrado en el estudio de las conductas colectivas), asentando así las bases para una creciente proximidad metodológica entre la investigación empírica en psicología social y en sociología.

.- Al mismo tiempo, el interés por el estudio de las conductas sociales (y, en especial, de la reacción o respuesta a los mensajes de los medios) crece notablemente en los años 30, época de asentamiento del sistema electoral norteamericano, época dorada de la radio y años, en fin, en que se fragua la gran confrontación de la Segunda Guerra Mundial, de la que U.S.A. saldrá convertida en potencia hegemónica en los niveles político, económico, tecnológico y cultural.

1.2. Los 'padres fundadores' de la MCR

.- Se considera tradicionalmente como 'padres fundadores' de la MCR a los sociólogos funcionalistas Lasswell y Lazarsfeld y a los psicólogos Lewin y Hovland.

1.2.1. Harold Lasswell

.- Politólogo de origen alemán, Lasswell se especializa en el estudio de la propaganda y su influencia en la configuración de la opinión y actitudes. Tiene una concepción conductista de la sociedad, según la cual, utilizando los estímulos adecuados, la masa respondía de la forma deseada, generalizando opiniones y actitudes prediseñadas por los gobernantes y/o los medios. Su tesis doctoral analiza las estrategias de propaganda durante la I Guerra Mundial y el papel que jugaron los incipientes medios de comunicación de masas. En 1927 la publica bajo el título *Propaganda Techniques in the World War*. Para Lasswell la propaganda constituye el único medio fiable para suscitar la adhesión de las masas. La propaganda resulta, pues, un medio de control más rentable que la violencia o la fuerza.

.- La audiencia de los medios es equiparada con la masa: es una colectividad informe y desestructurada que responde a estímulos de carácter inconsciente y/o emocional más que a argumentaciones de tipo racional. La concepción lasswelliana de la relación medio/audiencia se inscribe dentro de las *teorías de la aguja hipodérmica*, esto es, los medios constituyen el estímulo que, de modo inadvertido por la audiencia, influye en sus opiniones y decisiones de acuerdo con las intenciones del emisor (gobierno, medios, poder económico, etc).

.- Durante su estancia en la Universidad de Chicago se preocupa de estudiar los procesos electorales y la cuestión pública. En 1930 publica *The Language of Politics*. Durante la II Guerra Mundial el gobierno Norteamérica le encarga la dirección de la Oficina de Información Bélica. Desde ella, Lasswell estudia sistemáticamente la propaganda nazi y sienta las bases para las estrategias de propaganda americana. Esta oficina daría lugar a una amplia corriente de investigación en torno a los procesos electorales y la propaganda política que sería decisiva en la configuración de los estudios sobre opinión pública.

.- Su fórmula de la comunicación colectiva (quién dice qué por qué canal a quién y con qué efectos) se convertiría en la base inicial de los estudios sobre comunicación colectiva desde una perspectiva funcionalista, esto es, funciones asociadas a cada uno de los elementos de su fórmula. Asimismo sería decisiva su clasificación de las tres funciones de los medios de comunicación: vigilancia del entorno, puesta en relación de los componentes de la sociedad y transmisión de la herencia social.

1.2.2. Paul Lazarsfeld

.- Sociólogo austriaco emigrado a los USA gracias a una beca de la fundación Rockefeller, por la que se incorpora a la Universidad de Columbia. Lazarsfeld se encargará de la dirección del primer grupo de investigación sobre la radio, el *Princeton Radio Project*. Dada la relación entre el número y la clase de audiencia con las necesidades de financiación del medio radiofónico, Lazarsfeld desarrolla el estudio cuantitativo de las audiencias, a través del cual proporciona no sólo cantidades de audiencia, sino perfiles y preferencias (como en el caso de las radionovelas).

.- Lazarsfeld desarrolla la perspectiva funcionalista de Lasswell. A las tres funciones de los MCM añade la de entretenimiento. Además de las *funciones sociales de los MCM* (procesos de ajuste al sistema social), Lazarsfeld considera también las *disfunciones sociales de los MCM*, es decir, aquellos procesos suscitados por los medios que redundan en el desajuste, desequilibrio o mal funcionamiento del sistema. Distingue asimismo entre disfunciones manifiestas o buscadas (por ejemplo, la manipulación) y disfunciones latentes o no buscadas (por ejemplo, la *disfunción narcotizante*).

.- Frente al compromiso social adoptado por la escuela de Chicago, que buscaba la instrumentalización de los MCM como medio de intervención y mejora de la vida social y que, en última instancia, planteaba una visión manipuladora y todopoderosa de los medios como herramientas de influencia social, Lazarsfeld considera que la comunicación social no puede tener como objetivo la construcción de una sociedad mejor. Lazarsfeld desarrolla la que denomina 'investigación administrada', esto es, investigaciones de naturaleza predominantemente descriptiva que obedece a los intereses de la Administración y las instituciones que la financian. Es preciso tener en cuenta que durante la Segunda Guerra Mundial debido a la presión propagandística, pero sobre todo en el período de posguerra, en la época del maccarthysmo, toda actitud utópica o crítica resultaba sospechosa. Así, frente a las investigaciones estatalistas y de largo alcance de la Escuela de Chicago, Lazarsfeld plantea investigaciones neutrales y de corto alcance, de carácter publicitario y comercial. En esta línea, más economicista, se inscriben el grupo de Columbia, con Lazarsfeld y Merton, y el grupo de Harvard, con Parsons.

.- Entre los años 40 y 50 investiga la influencia de los medios en el voto. A raíz de estas investigaciones y de sus análisis sobre el comportamiento de los consumidores y de la formación de "modas", Lazarsfeld propone junto con Katz su *Teoría del Two Step Flow o doble flujo de la comunicación*, que concibe que la influencia de los MCM sobre la audiencia no es directa, sino que se halla mediada por las estructuras y grupos sociales en los que se inscribe la audiencia.

.- Lazarsfeld es el gran valedor de la continuidad y la coherencia en la selección de contenidos por los públicos, anticipándose así a la posterior *teoría de la disonancia cognoscitiva*. De acuerdo con Lazarsfeld, los públicos seleccionan los medios y contenidos más coherentes con sus predisposiciones y con sus maneras de ver el mundo, de tal forma que el efecto principal de los medios sería el de refuerzo de actitudes y opiniones previas. Sólo en circunstancias muy puntuales el medio produce cambios observables o significativos.

1.2.3. Kurt Lewin

.- Originario de Viena, Lewin estudia la dinámica de decisión en el grupo primario. Su teoría del campo, que presta especial atención a la incidencia de las relaciones grupales en la distribución de la influencia de los mensajes, resultará decisiva para los estudios sobre la figura del líder y sobre las estrategias de persuasión en el ámbito político y publicitario.

.- En *Informal Social Communication* Lewin desarrolla en los años 30 la idea del *Two Step Flow* en conexión con la dinámica grupal como proceso de selección de relevancia de los mensajes, Lewin contribuirá decisivamente al desarrollo de la teoría

del informador-comunicador como "gatekeeper" o controlador del flujo de información.

.- Lewin eleva a categoría empírica las teorías que subrayan la tendencia a la uniformidad en el seno del grupo social, como el caso de '*la espiral del silencio'* de Noelle-Neumann. Para Lewin la presión que ejerce el grupo a la hora de que un individuo se comunique sobre una cuestión está en proporción directa con la relevancia que el grupo otorga a dicha cuestión así como con el nivel de coherencia interna y de discrepancia dentro del grupo.

1.2.4. Carl Hovland

.- Psicólogo en la Universidad de Yale, Hovland, junto con Manis y Rosenberg, es el principal artífice de la confluencia metodológica y conceptual entre conductismo y funcionalismo. Del grupo de los fundadores de la MCR, Hovlan es también el que más decididamente apuesta por una concepción directa y fuerte del efecto de los medios sobre la audiencia, convirtiéndose en el pionero de los estudios sobre efectos.

.- Durante la II Guerra Mundial estudia las estrategias de persuasión de la propaganda norteamericana y, en particular, el efecto de las películas de propaganda sobre la opinión de los soldados. Sus resultados se plasman en la obra *Why we fight?*

.- Sus estudios de laboratorio darían lugar al perfeccionamiento de las técnicas y estrategias de persuasión

.- Hovland concluye que la comunicación a través de medios masivos, por su naturaleza unidireccional, es más eficaz para el refuerzo de actitudes y opiniones previas o latentes, mientras que la comunicación bidireccional resulta más útil cuando el propósito es cambiar una actitud u opinión. Asimismo, la presión uniformizadora del grupo y de los medios de masas resulta también eficaz cuando se trata de afianzar un cambio persuasivo ya producido.

.- A modo de resumen, los principales rasgos de la MCR, que constituirán de hecho el núcleo de la perspectiva funcional-conductista que veremos en el siguiente epígrafe, son los siguientes:

LOS RASGOS BÁSICOS DE LA MCR

- Enfoque funcionalista, que concibe los MCM como instrumentos de actuación sobre la audiencia a partir del esquema básico E-M-R.
- Creencia en la omnipotencia de los MCM, que se deriva de la importancia concedida al emisor y del carácter conductista que entiende el esquema E-M-R en términos estímulo-respuesta (Emisor = fuente del estímulo; Mensaje = Estímulo; Reacción del Receptor = Respuesta).
- Positivismo burocrático, que tiende a matematizar los fenómenos y procesos sociales de modo que constituyan datos relevantes en las labores de control social, tanto desde la perspectiva política (gestión de la opinión pública) como económica (optimización de la persuasión).

2. CONDUCTISMO Y FUNCIONALISMO

2.1. Conductismo: conceptos, enfoques y evolución

.- El conductismo es la corriente de la psicología que se centra en el estudio empírico de las correlaciones entre estímulos y respuestas en términos de conducta. Para el conductismo, la única forma de estudiar empíricamente la dimensión psicológica del individuo es acudir a la forma externamente observable en que ese individuo interactúa con su entorno, es decir, a través de su conducta. Sólo estableciendo correlaciones regulares entre estímulos y respuestas puede hablarse en términos científicos de los procesos internos del sujeto que, de otro modo, resultan inaccesibles.

.- La regularidad constituye, pues, el concepto motor del conductismo: a un mismo estímulo en unas condiciones determinadas le corresponde siempre una misma respuesta. La conducta como correlación regular entre estímulo y respuesta constituye la herramienta a través de la cual el conductismo estudia la influencia de los medios de comunicación en los individuos y en los grupos sociales: el mensaje y la actividad de los medios de masas son, pues, conceptualizados como estímulos y las actitudes, opiniones y reacciones de los públicos son tratados como respuestas a esos estímulos.

.- De acuerdo con Hovland, la comunicación y, por extensión, la comunicación de masas es «el proceso por el que un individuo (el comunicador) transmite estímulos (símbolos) para modificar la conducta de otros individuos (receptores)» (Cit. en Lucas, García y Ruiz, 1999).

.- Sobre estos supuestos, el conductismo emprende el análisis empírico de determinar en qué medida y de qué manera las respuestas de los públicos (en términos individuales, grupales y colectivos) se corresponden con los estímulos proporcionados por los medios. No debe, pues, extrañar, que el enfoque conductista

a) Se oriente de forma dominante hacia el estudio de los efectos de los medios, obviando o relegando a segundo plano otros aspectos del proceso comunicativo, como la dimensión institucional y organizacional del medio o las rutinas de producción de contenidos.
b) Favorezca una concepción todopoderosa del medio como instancia determinante y promotor de influencias que desembocará en las denominadas teorías de la 'bala mágica' y de la 'aguja hipodérmica'.

.- Las circunstancias histórico-políticas (el auge de la propaganda en la Segunda Guerra Mundial y el desarrollo del marketing político y mediático a partir de la posguerra) favorecerán además la aplicación del esquema conductista al estudio de las motivaciones de los públicos, planteándose una correlación en parte aún vigente entre público/masa/electorado que resulta de la aplicación del modelo estímulo respuesta a los procesos de opinión pública.

.- En este contexto los modelos dominantes serán los del refuerzo y la imitación, a través de la difusión de marcos conductuales de referencia. La construcción de la credibilidad se perfila en estos estudios como la herramienta persuasiva por antonomasia.

.- Aunque veremos más detalladamente algunos de sus frutos teóricos en el epígrafe dedicado a las teorías de los efectos, la evolución del enfoque conductista puede resumirse como sigue:

1) ***Del conductismo mecanicista-individualizado a la colectivización del modelo:***
   .- Se pasa de la perspectiva analítica de la conducta individual, mediante experimentación en laboratorio, al estudio de las conductas colectivas. Es el paso de la psicología a la psicología social en el marco de las teorías conductistas. En el caso de los estudios sobre medios este paso se corresponde con la conceptualización del mensaje como estímulo, el público como sujeto y las actitudes/opiniones como respuestas.

2) ***Del enfoque analítico a la aplicación instrumental***
   .- Durante la década de los años 40 se pasa de la perspectiva analítica, heredera de la Escuela de Chicago, a la aplicación instrumental. Ya no se trata sólo de describir cómo cambian las actitudes y opiniones de los públicos, sino de actuar estratégicamente para que cambien. En este punto, la intervención de Hovland y la Escuela de Yale es decisiva.

3) ***De la influencia directa a la hipótesis de la consistencia***
   .- Las críticas al modelo conductista tradicional y a la visión todopoderosa del medio que éste propugna inciden en una complejización de los conceptos y los modelos.
   .- Así, la tesis dominante de la correlación directa entre estímulos y respuestas, se van superponiendo elaboraciones más sofisticadas del proceso de influencia. Aparece así toda una serie de variantes, como la teoría de la consistencia (Heider), la de la simetría (Newcomb), el principio de congruencia (Osgood y Tannenbaum) o la teoría de la disonancia cognoscitiva (Festinger) que plantean la influencia de los medios (estímulos) se halla radicalmente mediatizada por las actitudes y opiniones previas (explícitas o latentes), que actúan como criterio decisivo en la exposición a los contenidos por parte de los públicos.

2.2. El funcionalismo

.- Heredero del pragmatismo y de la tradición sociológica norteamericana, el funcionalismo propone una síntesis entre teoría y experimentación empírica que concibe la sociedad como un organismo en el cual los diversos componentes se caracterizan por la realización de funciones características cuya implementación revierte en el equilibrio del sistema y en su correcto funcionamiento.

.- Las conexiones entre el funcionalismo norteamericano y la Teoría de Sistemas y la Cibernética son, pues, manifiestas. Especialmente en tanto en cuanto ambos beben de la fuente de la obra de Talcott Parsons. Sin embargo (ver tema 2) tanto la TGS como la Cibernética evolucionarán en sentidos diferentes al funcionalismo. Podemos, pues, afirmar, que la TGS de la 'primera etapa' influye notablemente en el funcionalismo, distanciándose de éste y aproximándose al constructivismo cuando, a partir de los años 70, comienza a tratar fenómenos como la complejidad y la auto-organización.

.- El desarrollo de la perspectiva funcionalista en los estudios sobre comunicación de masas obedece a una doble necesidad que no había sido satisfecha por los enfoques conductistas:

a) Frente a la visión concreta, aplicada y compartimentalizada que el conductismo imponía al fenómeno de los medios de masas se hacía necesaria una visión más global, igualmente aplicada, que diera cuenta no sólo de los efectos a escala individual o colectiva, sino de todos los elementos del proceso de la comunicación colectiva y de su imbricación en la dinámica social
b) Frente a la visión pesimista e implícitamente negativa del proceso de la comunicación de masas como proceso de 'manipulación inevitable' que ofrecía el conductismo, se hacía necesaria una visión más optimista y funcional, acorde con los deseos de las instituciones que financiaban las investigaciones y que fuera capaz no sólo de optimizar la rentabilidad política de los procesos comunicativos, sino sobre todo su rentabilidad comercial.

.- Sobre estas bases, en los inicios de la investigación en comunicación de masas, asistimos a un doble proceso de acoplamiento entre las dos perspectivas de análisis: por un lado, de funcionalización de los procesos psicológicos involucrados en la comunicación de masas; por otro, de psicologización de los procesos sociales que caracterizan a la comunicación de masas.

2.2.1. Postulados básicos

.- El funcionalismo parte de una visión empirista de la sociología que toma los hechos sociales como objetos compuestos de elementos. Los objetos forman parte de procesos de interrelación en los cuales los elementos desempeñan funciones, que son determinantes de tales procesos.

.- El funcionalismo concibe los procesos sociales y las funciones que los configuran sobre la base de un modelo general del equilibrio y el control. Toda dinámica social se articula sobre un modelo de estructura que presupone un reparto de funciones dirigido a su mantenimiento o perpetuación. En términos estrictos, ***el funcionalismo es una teoría de la causalidad de los procesos sociales***, es decir, se centra en las relaciones causa-efecto de los acontecimientos sociales entendidos como cadenas de procesos, obviando con ello otros aspectos de la vida social (simbólicos, éticos, culturales, etc.).

.- De acuerdo con el requisito del equilibrio, la actividad de los elementos del proceso social puede ser entendida como:

a) Funciones:
   Son las consecuencias observables de la interacción regular que favorecen la adaptación, ajuste o mantenimiento de un sistema o un modelo estructural dado. Por ejemplo: el que los medios de comunicación transmitan los valores y rasgos culturales de una sociedad constituye una función, en tanto en cuanto esa transmisión contribuye al mantenimiento de esa forma social a través de la configuración de una identidad colectiva.

b) Disfunciones:
Son las consecuencias observables de la interacción regular que perjudican o imposibilitan la adaptación, ajuste o mantenimiento de un sistema o un modelo estructural dado. Por ejemplo, el que los medios de comunicación contribuyan al aislamiento de los individuos y a la interpretación acrítica de los mensajes constituye una disfunción en la medida en que producen ciudadanos no participativos e inconscientes de sus responsabilidades y, consecuentemente, dificultan el equilibrio de la dinámica política democrática.

c) Afunciones:
Son consecuencias observables de la interacción regular que no inciden en la adaptación, ajuste o mantenimiento de un sistema o un modelo estructural dado. Por ejemplo, el que los medios de comunicación contribuyan a transformar los criterios estéticos puede ser indiferente respecto de, por ejemplo, la vida política. En este sentido, la transformación de los criterios estéticos sería una afunción de los medios respecto de la dinámica política de una sociedad.

.- Las funciones y disfunciones pueden ser manifiestas (explícitas, directamente observables y activas) o latentes (implícitas, no directamente observables o potenciales).

.- En coherencia con el interés del conductismo por el tema de la credibilidad como herramienta persuasiva, el funcionalismo, de la mano de Lasswell y Lazarsfeld, prestará especial atención a la cuestión del liderazgo como elemento determinante de los procesos de configuración funcional en la comunicación de masas.

.- El funcionalismo propone lo que R. K. Merton denominó 'Teorías de rango medio', es decir, teorías esquematizadoras y universales que expliquen los principios causales básicos a través de la identificación de tendencias que, a su vez, hacen posible:

a) Identificar la estructura definitoria del sistema, sus elementos y composición
b) Delimitar las funciones, disfunciones y afunciones del sistema
c) Establecer el grado y la mecánica de operación de las funciones y disfunciones

.- A raíz de la obra de Lasswell, es desde la perspectiva funcionalista desde donde se asienta la estructura característica del sistema de la comunicación colectiva, resumido en la famosa fórmula a partir de la cual se estructura la actividad investigadora sobre los medios:

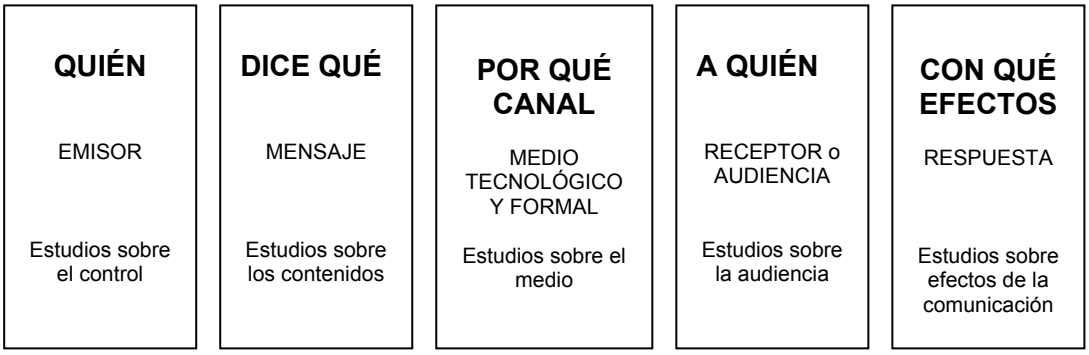


Figura 1:
Elementos del sistema/proceso de la comunicación colectiva de Lasswell

.- Obsérvese la proximidad de enfoques al comparar la propuesta funcionalista de Lasswell con la conductista de Hovland en el epígrafe 2.1.

.- Junto al interés en los efectos de los medios en los niveles político y militar aportado por el enfoque conductista así como por las teorías de Lasswell, la 'investigación administrada' de Lazarsfeld contribuirá de forma decisiva a extender la utilidad del análisis funcionalista al territorio del mercado.

.- Efectivamente, el desarrollo de los medios audiovisuales planteaba elementos peculiares en relación a los elementos del proceso comunicativo: a diferencia de la prensa, el público de la radio y la TV resultaba mucho más difícil de delimitar e identificar y los contenidos de los presentaban una mayor complejidad funcional, desarrollando de modo característico el entretenimiento y la diversión. El funcionalismo de Lazarsfeld se ocupará de proporcionar a las empresas e instituciones las herramientas necesarias para el control de las audiencias en los medios audiovisuales, identificando originariamente el proceso publicitario como:

a) El principal proceso de obtención de recursos del medio
b) El proceso por el que el medio se convierte en vehículo comercial (de actividades de consumo) sobre sí mismo y sobre otros productos del mercado.

.- Con la aportación de Lazarsfeld se produce un significativo desplazamiento de los supuestos funcional-conductistas desde el territorio de la política y la información hacia el del entretenimiento y la comercialización.

.- Así, la perspectiva funcional-conductista que configura la denominada sociología norteamericana de la comunicación de masas se centra en tres grandes campos de interés (Moragas, 1985):

a) El estudio de los efectos de los medios de comunicación en términos de propaganda y de persuasión, que deriva en el estudio del papel de los medios en los ámbitos bélico y político
b) El estudio de la naturaleza técnica y del desarrollo tecnológico de los medios y su implantación social
c) El estudio de la utilización comercial y publicitaria de los medios (control de audiencias)

2.2.2. Las funciones sociales de la comunicación de masas

.- Las funciones sociales realizadas por los medios de comunicación son progresivamente definidas y delimitadas por los diversos autores, según el enfoque de sus intereses investigadores. Característicamente, Lasswell establece tres funciones esenciales de los medios:

- ***Vigilancia del entorno social***, revelando amenazas a la estabilidad del sistema y ocasiones de desarrollo. Por ejemplo, revelando abusos de poder, corrupción política o interpretando circunstancias de crisis.
- ***Correlación entre los componentes de la sociedad***, facilitando la interacción entre éstos. Por ejemplo, poniendo en relación a los representantes políticos y a los electores, a los productores/comercializadores y a los consumidores, a la administración pública y a los ciudadanos, etc.

- ***Transmisión del legado social*** a las generaciones posteriores, por ejemplo, elaborando representaciones de los valores y los modos de vida a través de distintos formatos y géneros (series, largometrajes, spots publicitarios, etc.).

.- Al reducido esquema de Lasswell, Lazarsfeld añade la distinción entre funciones y disfunciones, señalando el entretenimiento como una función relevante y caracterizando por vez primera la que denominará 'disfunción narcotizante'.

.- Lazarsfeld y Merton resumen las aportaciones funcionales de los medios de comunicación de masas en los siguientes puntos (cit. en Lucas, García y Ruiz, 1999:123 y ss.):

a) Función otorgadora de status o prestigio
Los medios confieren relevancia social a quien aparece en ellos, convirtiendo en algo deseable y estratégicamente valioso el ser objeto de la atención y representación de los medios.

b) Función de refuerzo de las normas sociales
Los medios contribuyen a reforzar las normas sociales tanto reflejándola como marco de referencia como representando de forma enfatizada sus desviaciones y excepciones.

c) Función informadora
Los medios proporcionan datos y detalles de interés general acerca del conjunto del sistema social y de cada uno de sus ámbitos, facilitando con ello la orientación y la toma de decisión de los actores sociales e individuales así como la generación de identidad y pertenencia a nivel individual y grupal.

d) Función interpretadora
Los medios no sólo proporcionan información en el sentido de datos y detalles de acontecimientos sociales relevantes, sino que proporcionan las claves interpretativas para integrar de forma coherente esos datos y acontecimientos.

e) Función de transmisión cultural
Los medios representan la forma de vida de la sociedad en la que existen, de modo que sus contenidos transmiten los valores, ideas dominantes, visiones del mundo, objetivos e ideales de esa sociedad, ejerciendo así, de forma indirecta una función a la vez socializadora y formativa complementaria de otras instancias sociales.

f) Función de entretenimiento
Los medios de comunicación nacen en la cultura del consumo y del ocio, donde el disfrute pasa a ser un elemento importante de la actividad social.

g) Función de refuerzo de las actitudes personales
En la medida en que los públicos seleccionan los medios y sus contenidos de acuerdo con la coherencia de estos respecto de sus actitudes e ideas previas, los medios tienden más a reforzar esas actitudes e ideas que a cambiarlos.

h) Disfunción narcotizante
Lazarsfeld y Merton advierten que la utilización indiscriminada de los medios se realiza en detrimento de las interacciones sociales cotidianas y fomentan un ciudadano pasivo, más interesado en ver que en participar, en oir que en decir, en conocer problemas que en resolverlos, etc, disminuyendo su capacidad crítica y su integración social inmediata. Desde la propuesta de Lazarsfeld, que recoge en el seno del funcionalismo la gran preocupación de las teorías críticas procedentes de la tradición europea, la reflexión sobre las formas e intensidades

en que los medios (y, especialmente, la TV) 'narcotizan' a sus públicos ha constituido un referente esencial del análisis de los medios de masas.

.- Ciertamente, en esta como en otras clasificaciones del inventario funcionalista se entremezclan múltiples dimensiones y niveles del sistema social, desde lo individual a lo cultural, desde lo operativo a lo semántico, etc. Rodrigo Alsina (2001:188) recoge el cuadro elaborado por Wright (1985) en que se sistematiza el inventario funcionalista para la comunicación de masas:

INVENTARIO FUNCIONALISTA				
	SISTEMAS CONSIDERADOS			
	Sociedad	**Individuo**	**Subgrupos**	**Cultura**
	1. VIGILANCIA			
Funciones (manifiestas y latentes)	Advertencia: Peligros naturales, guerras, etc. Instrumental: noticias esenciales para la economía y otras instituciones Moralización	Advertencia Instrumental Prestigia: liderazgo de opinión Otorga status	Instrumental: Información útil para el poder Detecta: conductas desviadas y subversivas Gobierna la opinión pública Inspecciona y controla	Favorece los contactos culturales y el desarrollo cultural
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Amenaza la estabilidad Fomenta el pánico	Ansiedad, privatización, apatía, narcotización.	Amenaza al poder: propaganda enemiga. Revelaciones comprometedoras	Favorece la invasión cultural
	2. CORRELACIÓN			
Funciones (manifiestas y latentes)	Apoya la movilización Combate las amenazas a la estabilidad social	Aporta eficiencia Impide: estimulación excesiva, ansiedad, apatía…	Ayuda a conservar el poder	Impide la invasión. Mantiene el consenso cultural
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Incrementa el conformismo. Dificulta el cambio	Debilita el espíritu crítico. Incrementa la pasividad	Incrementa la responsabilidad	Impide el desarrollo cultural
	3. TRANSMISIÓN CULTURAL			
Funciones (manifiestas y latentes)	Incrementa la cohesión Reduce la anomía Prolonga el proceso de socialización	Favorece la integración Altera la idiosincrasia Reduce la anomía	Amplía el poder: otro agente para la socialización	Estandariza Mantiene el consenso cultural
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Aumenta la masificación	Despersonaliza los actos de socialización		Reduce la variedad de subculturas
	4. ENTRETENIMIENTO			
Funciones (manifiestas y latentes)	Ocio masivo	Ocio	Amplía el poder: control sobre otra área de la vida	
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Distrae: obstaculiza la acción social	Incrementa la pasividad Degrada la exigencia y el 'gusto' Permite la evasión		Degrada los valores estéticos

2.2.3. La evolución de la perspectiva funcionalista

.- Desde sus primeros planteamientos el enfoque funcionalista presenta un marcado carácter instrumental: se trata, en definitiva, de una perspectiva que se ofrece a sí misma como un catálogo de técnicas destinadas a optimizar el uso de los medios como herramienta de intervención social, de legitimación del poder o de comercialización de productos.

.- Ciertamente los primeros enfoques más próximos al esquematismo conductista fueron objeto de crítica y revisión: la visión de la comunicación colectiva era excesivamente segmentada, excesivamente estática y excesivamente unidireccional. Pronto se hizo patente que el emisor y el medio no eran tan todopoderosos como se pretendía, ni los efectos tan unívocos e inevitables como se advertía, ni las audiencias tan homogéneas y moldeables como se presumía.

.- Las primeras revisiones de los modelos funcionalistas, en el marco de su interés por los efectos sociales de los medios, incorporan formas cada vez más sofisticadas de ***feed-back indirecto***. En realidad, los propios estudios funcionalistas (como por ejemplo, los métodos de control de audiencias diseñados por Lazarsfeld) operaban como mecanismo de feed-back de la actividad mediática. De hecho, hoy se han incorporado plenamente a las rutinas productivas de contenidos en la forma de cuotas de pantalla, porcentajes de difusión, estudios de mercado o pretests.

.- El siguiente paso evolutivo consistió en advertir que el mensaje no incidía directamente en el sujeto receptor, sino que su contexto social y grupal filtraba los posibles efectos del medio y sus contenidos. En este punto, los estudios sobre dinámica grupal de Lewin y el interés de Lazarsfeld por la figura del líder resultarían decisivos.

.- Los autores coinciden en concebir al grupo como pantalla o filtro mediador de los mensajes. Lazsarsfeld propone el concepto de líder de opinión para designar a la persona o conjunto reducido de personas que el los grupos y subgrupos sociales ejercen la función de catalizar las opiniones y actitudes comunes. El líder de opinión filtra y tematiza los contenidos de los medios en las conversaciones del grupo de acuerdo con los intereses y la visión que definen al grupo. Además, el ***líder de opinión*** ejerce como 'antena', presentando un mayor interés por la selección de mensajes y acontecimientos en el exterior del grupo, haciendo así de punto de conexión con otros grupos.

.- Así, frente a la concepción primera de la comunicación como un flujo directo del emisor al receptor, Lazarsfeld propone la idea de la comunicación como un flujo de influencias y mediaciones en dos pasos, del medio al grupo y de grupo, a través del líder de opinión, al individuo. Es el conocido como ***Two Step Flow***.

.- Paralelamente, desde el enfoque conductista se cuestionaba también el potencial para el cambio de los mensajes mediáticos, que más bien se mostraban como refuerzo de actitudes y opiniones previas en coherencia con los cuales esos mensajes habían sido seleccionados.

.- Esa idea de la importancia de la selección latente en la doble revisión grupal/individual de los modelos funcionalistas dará pie, sobre la base de los estudios de la rutina informativa del periodismo, a las teorías del ***Gatekeeper***.

.- Sobre la base de las investigaciones de Lewin y Lazarsfeld y posteriormente desarrollada por White en los años 50, Gieber (1956), McLean (1957), McNelly (1958) y Bass (1959) entre otros, el concepto de gatekeeper (literalmente: 'portero') alude al comunicador y, por extensión, al medio de comunicación, como filtro que selecciona y deja pasar determinados acontecimientos, ideas o elementos de la vida social y bloquea o minimiza otros, configurando así un cuadro sesgado pero necesariamente resumido de la complejidad social. En realidad, aunque el concepto de gatekeeper se plantea originariamente en referencia al redactor jefe del periódico, pronto las investigaciones constatan que prácticamente cada fase del proceso comunicativo, desde la producción hasta la recepción, supone un proceso de selección y filtrado.

.- Lucas, García y Ruiz (1999:124) reflejan del siguiente modo el esquema comunicativo resultante de la evolución de los postulados funcionalistas:

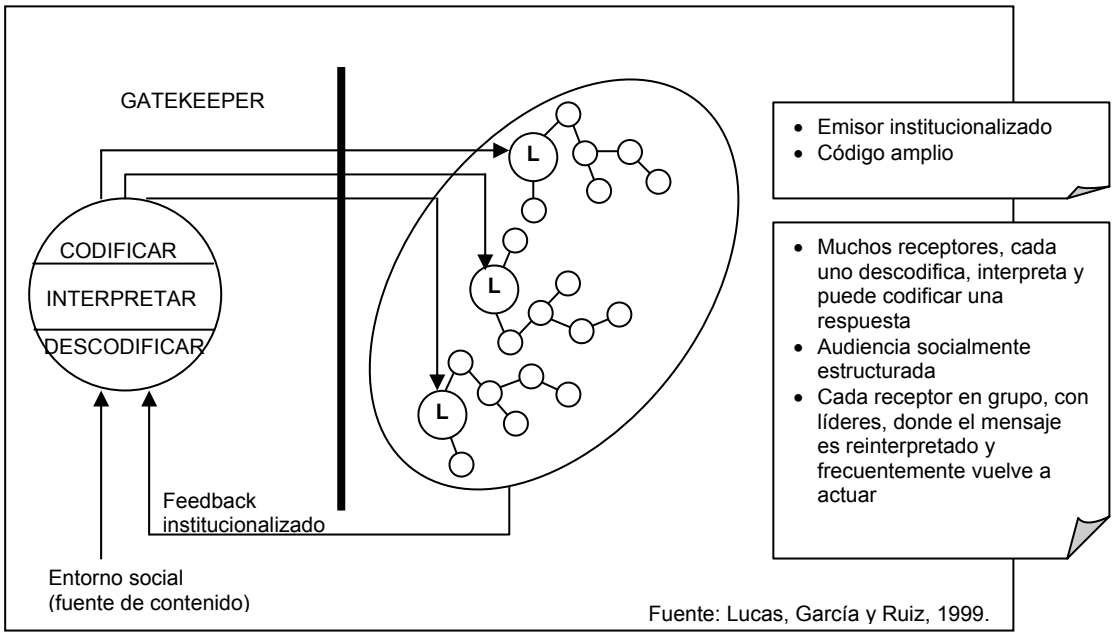


Figura 2:
La comunicación colectiva según la perspectiva funcionalista

.- Paralelamente, la evolución de una concepción todopoderosa y manipuladora del medio a una concepción instrumental, según la cual el medio es una herramienta de la que se sirven los distintos actores del proceso comunicativo para la satisfacción de diversos objetivos, plantea un desplazamiento del interés hacia las audiencias no ya sólo como sujeto pasivo de los efectos (ver epígrafe 2.3) sino como sujeto activo, que realiza selecciones en función de sus ideas e intereses.

.- Los enfoques funcionalistas constatan la ***creciente importancia de la audiencia*** en el estudio de la comunicación colectiva:

a) La audiencia, en términos cuantitativos y cualitativos, es aquello que los medios comercializan para la obtención de recursos económicos.

b) La audiencia conjuga una dimensión social (modas, ritos, valores, etc.) e individual (preferencias, actitudes, opiniones, etc.)
c) El desarrollo tecnológico y socioeconómico de los medios incrementa una mayor diversidad de ofertas de contenido, que a su vez incide en una mayor diversificación, estratificación, segmentación y especialización de las audiencias.

.- Desde las denominadas ***teorías de la exposición selectiva***, que aplican el concepto de gatekeeper a la audiencia, las múltiples concepciones de ésta (McQuail, 1991), ya sea como ***mercado***, como ***grupo social***, como ***masa indiferenciada*** o como ***conjunto de individuos***, reflejan un proceso de creciente complejidad y un incremento de su protagonismo en los procesos comunicativos, hasta el punto de que parece ya más apropiado hablar de públicos que de audiencias (subrayando así su carácter activo y selectivo). De hecho, hoy se acepta en la práctica que los medios determinan la naturaleza de sus públicos (individualizados, masivos, especializados…) al tiempo que los públicos determinan la naturaleza de los medios (generalistas, temáticos, especializados…).

.- Con el desarrollo de los estudios sobre audiencias, los enfoques funcionalistas introducen un nuevo ámbito de análisis en el proceso comunicativo: las funciones de los medios desde la perspectiva de los usos sociales que los públicos hacen de ellos. Es decir, pasan de preguntarse qué hace el medio con el público para preguntarse qué hace el público con los medios.

.- En este contexto se desarrolla la ***Teoría de los Usos y Gratificaciones*** (TUG), que plantea un concepto de audiencia activa y selectiva, que orienta el uso de los medios de acuerdo con sus necesidades y para satisfacer objetivos puntuales que no tienen que ver sólo con los contenidos, sino con el contexto sociocultural en que se enmarca el uso de los medios.

.- De acuerdo con Wolf (1987), la TUG plantea en los enfoques funcionalistas una clara evolución ***de la concepción de los usos como funciones al estudio de las funciones de los usos*** que los públicos hacen de los medios. Saperas (1992) recoge el inventario esencial de las funciones derivadas de la TUG:

a) Función de escape o disminución de la ansiedad
b) Función de compensación emocional
c) Función de compañía
d) Función de información
e) Función de reafirmación individual

2.3. La importancia de los estudios sobre efectos

.- Tanto el enfoque conductista como el funcionalista conceden una gran importancia al estudio de los efectos de los medios. Articulados sobre el esquema emisor/mensaje/receptor, conductismo y funcionalismo conciben el proceso comunicativo como un proceso vectorial entre estímulo y respuesta o entre causa y efecto. Para el conductismo la actividad de los medios se concreta en correlaciones regulares y predecibles entre mensajes (estímulos) y reacciones de los públicos. Para el

funcionalismo, las funciones de los medios se concretan en correlaciones regulares y predecibles entre la actividad de los medios y los efectos que estos producen en la sociedad.

.- La visión inicial del medio como una instancia todopoderosa de influencia social orienta desde sus orígenes el análisis de la comunicación de masas hacia la cuestión de los efectos, esencialmente en términos persuasivos o de propaganda. Posteriormente, la consolidación de los medios como institución social y económica de relevancia, hacen que el estudio de los efectos evolucione hacia los estudios de mercado y audiencias, por un lado, y hacia el impacto sociocultural de los contenidos, por otro.

.- Tradicionalmente, desde McQuail y Wolf, se distinguen tres grandes etapas en la evolución de los estudios sobre efectos:

2.3.1. La etapa de los medios todopoderosos

.- Entre 1920 y 1945 la concepción dominante, fuertemente marcada por el paradigma conductista, es la de que los medios ejercen una influencia directa, unívoca, determinante e inevitable sobre los individuos.

.- Se trata de la época en que aparecen y se consolidan los medios de masas como tales, al tiempo que se configura la moderna sociedad de masas y comienza la evolución hacia una economía de consumo. Las convulsiones políticas, con las grandes guerras y las dictaduras de la primera mitad del siglo XX, junto con el fulgor de la novedad tecnológica que caracteriza a los medios, hace pensar en ellos como un arma irresistible en manos de los poderes en conflicto.

.- Las teorías que se desarrollan en este período reciben el nombre de ***teorías de la bala mágica*** (por concebir el mensaje como un proyectil que siempre acierta en el blanco deseado, provocando el efecto buscado de forma inevitable) o ***teorías de la aguja hipodérmica*** (por concebir a los medios como una especie de jeringuillas que inyectan los mensajes en la mente del público sin que éste pueda hacer nada por evitar el efecto de esos mensajes).

.- Al incidir en que el público no está expuesto por igual ni en todas las circunstancias del mismo modo a los medios, las primeras formulaciones de las teorías de la percepción selectiva (por ejemplo, Hovland) comienzan a poner en duda la validez de la concepción todopoderosa del medio.

2.3.2. La etapa de los efectos limitados

.- Entre 1945 y 1970 se produce un desplazamiento de la relevancia concedida al mensaje hacia otros elementos del proceso y hacia el proceso mismo en su conjunto. Ya no es la naturaleza del mensaje la única causante de efectos en los públicos, sino que todo el proceso, desde la naturaleza y organización del medio hasta las condiciones de la recepción y la naturaleza de los públicos, debe ser tenido en cuenta.

.- Las teorías de la percepción y exposición selectiva se desarrollan y se diversifican: desde los estudios de Lewin y Hovland se hace patente que la comunicación de masas es menos efectiva en la producción de cambio que la comunicación interpersonal, y que los individuos (a) seleccionan los mensajes en función de sus intereses, actitudes y opiniones previos y (b) reciben los mensajes a través del filtro de los grupos a los que pertenecen.

.- Las teorías de la exposición selectiva, las teorías del refuerzo, las teorías de la consistencia y las teorías del equilibrio (Ver tema 9) desembocan en la teoría de la ***disonancia cognoscitiva*** (Festinger) que formula de modo inequívoco la idea común de la tendencia del público a seleccionar aquellos medios y contenidos más coherentes con su visión de las cosas y, por tanto, la tendencia a evitar la disonancia con las opiniones y actitudes propias.

.- La conclusión general, pues, es que los medios no son causa suficiente y única de los efectos generados en los individuos y en las sociedades (Klapper). En adelante se tratará de analizar la combinación de causas y factores sociales que coparticipan con los medios en la producción de efectos.

2.3.3. La vuelta a la concepción de los efectos fuertes

.- A partir de los años 70, coincidiendo con el auge significativo de los medios electrónicos de masas y, en especial, de la televisión, tiene lugar un progresivo retorno a la concepción poderosa de los medios como fuentes de influencia sobre los públicos. Ciertamente, la importancia social de los medios en las sociedades desarrolladas a partir de los años 70 es marcadamente significativa: los medios forma ya parte sustancial de la vida cotidiana en un grado e intensidad mucho mayores que en otras épocas.

.- Sin embargo, esta etapa no supone una vuelta estricta a las teorías de la aguja hipodérmica, pues el desarrollo de los análisis en las etapas anteriores ha ido dejando sus huellas:

a) Se mantiene la idea de que es el proceso en su conjunto y no sólo el mensaje el que interviene en la producción de efectos
b) Se mantiene una concepción compleja de la audiencia
c) Se tienen en cuenta los factores sociales y culturales.

.- Las ***teorías del gatekeeper*** que analizan los medios como instancias de selección en la construcción de representaciones sociales, tendiendo a configurar esas representaciones de acuerdo con los intereses de las élites, configuran el argumento motriz de esta etapa de la investigación de efectos.

.- La ***teoría de la agenda setting*** o de la ***canalización de la agenda temática*** (McCombs y Shaw) constituye quizá el referente más significativo de esta etapa: la influencia de los medios no reside en determinar qué piensan los públicos, sino en determinar sobre qué temas piensan u opinan los públicos, es decir, en determinar la agenda social de los temas relevantes.

3. LAS TEORÍAS CRÍTICAS

.- Paralelamente al desarrollo del enfoque funcional-conductista tiene lugar, especialmente en Europa, el desarrollo de una tradición de análisis y reflexión sobre la comunicación de masas marcadamente diferente de la emprendida por la MCR. Tres serán los rasgos dominantes que caractericen a esta perspectiva europea:

a) La importancia del pensamiento marxista y de la sociología y la filosofía de tradición europea
b) El carácter predominantemente reflexivo
c) El carácter crítico

.- En este epígrafe distinguiremos, por un lado, las teorías críticas propiamente dichas, que se corresponden con las extensas aportaciones de la Escuela de Frankfurt, y la evolución del análisis marxista clásico hacia la corriente analítico-crítica que ha dado en llamarse economía política de la comunicación. En el tema 10 desarrollaremos algunas de las ideas motrices de las teorías críticas y su posterior evolución.

3.1. La Escuela de Frankfurt: La Teoría Crítica

.- La Escuela de Frankfurt surge a partir de los años 20, en la época de la República de Weimar, en el seno *Institut für SozialForschung* (Instituto para la Investigación Social). El Instituto fue creado Frankfurt por académicos e investigadores de origen judío para la revisión, desarrollo, actualización y aplicación de los conceptos del marxismo a la sociedad cambiante de aquellos años.

.- Verdaderamente la Escuela de Frankfurt comienza con la incorporación de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, quienes sientan las bases conceptuales sobre las que se desarrollará en adelante el trabajo de los otros autores de la Escuela. Junto a Adorno y Horkheimer, destacan Herbert Marcuse, Walter Benjamin y Erich Fromm.

.- En 1933 el nazismo obliga a muchos de ellos a exiliarse: Adorno, Horkheimer y Marcuse emigran a los Estados Unidos y Benjamin se suicida en la frontera francoespañola antes de ser entregado por la policía franquista a la Gestapo. En 1950 Horkheimer regresa a Alemania. Entre esa fecha y la muerte de Adorno en 1973 tiene lugar la principal aportación de la Escuela de Frankfurt, desarrollada después por continuadores como Kracauer o Habermas.

.- La herencia de la sociología y la filosofía europeas y el exilio americano servirán a los autores frankfurtianos para desarrollar un fértil debate intelectual con la tradición americana de la MCR. El debate resume el conflicto de visiones entre las perspectivas funcional-conductista y la perspectiva europea conforme a dos visiones epistemológicamente divergentes: experimental y descriptiva la una, analítica y crítica, la otra. Siguiendo a Blanca Muñoz (1989) podemos caracterizar de forma resumida los polos de ese debate intelectual conforme a la siguiente tabla:

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS (Tradición americana)	SOCIOLOGÍA DEL CONOCIMIENTO Y TEORÍA CRÍTICA (Tradición europea)
Empírica y funcionalista	Analítica y reflexiva
Experimental	Teórica
Descriptiva	Crítica
Determinada por el mercado	Independiente del mercado
Preferencia por el concepto de información	Preferencia por el concepto de conocimiento
Atención a los elementos	Atención a la estructura

.- Los puntos de partida de las teorías frankfurtianas son dos:

a) El análisis de la sociedad burguesa como sistema de ideas y la búsqueda de una respuesta a la pregunta marxista clásica de por qué la evolución histórica se detiene en esa fase
b) El estudio y la crítica de las ideologías autoritarias, que para los autores de Frankfurt no sólo se explicitan en el nazismo o en las dictaduras europeas de la época, sino que subyacen sistemas de ideas y procesos sociales presentes también en los USA y en las democracias de su tiempo.

.- El punto de confluencia entre ambas cuestiones lo constituirá precisamente el sistema de los medios de masas y la cultura de masas industrializada, que pasará a ser el objeto de estudio preferente de los autores frankfurtianos.

.- Así pues, la Escuela de Frankfurt incorpora elementos relevantes de tradición marxista como la preocupación por la alienación, el recurso a la dialéctica, la intencionalidad abiertamente crítica, la profunda conexión entre filosofía, sociología y acción y un cierto hegelianismo. Pero, además, renueva e incorpora importantes novedades a la filosofía y sociología marxistas:

- Abandona el concepto de clase y se centra en el sujeto individual: es en su conciencia donde se concreta la naturaleza autoritaria de los sistemas de ideas (o ideologías).
- Elaboran el concepto de cultura de masas (pseudocultura) y la idea de industria cultural, que fundamenta la importancia de las superestructuras (ideologías y sistemas de ideas) como configuradores del mundo de la vida cotidiana.
- Abordan el autoritarismo como ideología no en el sentido político, sino casi filosófico y gnoseológico, es decir como una manera de comprender la vida y la naturaleza de las sociedades.
- De sus estudios sobre estética se deriva un interés por la naturaleza de la obra de arte como forma de conocimiento.

3.1.1. Adorno y Horkheimer: del autoritarismo a la pseudocultura

.- Tal y como señala Muñoz (1989), el 'después de Auschwitz' es el grito angustiado que inaugura la reflexión frankfurtiana, y en especial, la de Adorno y Horkheimer. La conciencia inapelable de la burocratización del odio y de la industrialización de la muerte que supone el nazismo marca una profunda huella en los autores. Toda su obra

constituirá en adelante una reflexión sobre las condiciones del autoritarismo, sobre qué le caracteriza en el nivel profundo.

.- Adorno y Horkheimer plantean el autoritarismo como una forma evolucionada del sistema capitalista de producción y la sociedad burguesa que lo sustenta: la formalización de las relaciones sociales conforme a una racionalidad instrumental del beneficio y la eficacia sólo necesitan una mínimas condiciones especiales para terminar siendo aplicadas sobre el odio y la muerte que sustentaron al régimen nazi.

.- Al mismo tiempo, la utilización de las masas y el papel que juegan las nuevas formas de espectáculo y las nuevas tecnologías llevan a Adorno y Horkheimer a reflexionar sobre el papel que juegan las ***mitologías*** en las sociedades autoritarias. Confrontan así ***conocimiento y racionalidad frente a mitología e instintividad***. Su propósito es desvelar los procesos autoritarios que subyacen en las formas sociales contemporáneas y que redundan en la alienación de los individuos, la destrucción de la cultura y el conocimiento, y el sometimiento de todas las esferas de la vida social e individual al criterio de la eficacia.

.- Abordan así la ***sociedad de masas*** como la forma social dominante derivada de la sociedad burguesa y del capitalismo de producción, que supone una disolución de la conciencia de clase y una creciente fragmentación social e interna de los individuos. La sociedad de masas implica también para Adorno y Horkheimer una forma de autoritarismo que plantean como una versión evolucionada y más sofisticada que los ensayos europeos de la primera mitad del siglo XX. Como el nazismo, la sociedad de masas se caracteriza por la ***industrialización de las ideologías*** (los sistemas de ideas) y de las conciencias. En el nazismo ese proceso de industrialización (formalización y optimización conforme a criterios de eficacia y utilidad) era llevado a cabo por el partido-Estado. En la sociedad de masas, es realizado por el mercado y, en especial, por las ***industrias culturales***.

.- Con el concepto de industria de la cultura Adorno y Horkheimer resumen el resultado de un proceso de incorporación de los productos culturales (como la obra de arte, la obra intelectual, el legado histórico…) a la dinámica del mercado y de la industria. Para Adorno y Horkheimer no podría hablarse de industrialización de las ideologías y las conciencias en la época contemporánea sin un previo proceso de industrialización de la cultura. Así, por la industrialización de la cultura, ésta deviene falseada, arrancada de su origen y sentido, sometida al marco de la ideología y convertida en mercancía. Surge de este modo, como resultado de la industria cultural y en el marco de la sociedad de masas, la ***pseudocultura***, es decir, la cultura con apariencia de cultura, la superestructura ideológica de la sociedad industrial que permite que los individuos adquieran los conocimientos necesarios para la eficacia en la sociedad industrial, pero neutraliza mediante mitologías y emociones su capacidad crítica.

.- La pseudocultura impone las siguientes características (Muñoz, 1989:128 y ss.):

- Fragmentación, serialización y repetición de los contenidos
- Uniformidad y estandarización de los mensajes
- Homogeneización de los públicos
- El fetichismo de la mercancía se extiende al ámbito de la cultura
- Selección de los valores en función de los intereses estratégicos
- La moral del éxito como fundamento dominante
- Autoritarismo latente por industrialización de las conciencias

3.1.2. Marcuse y el hombre unidimensional

.- Herbert Marcuse es el gran ***introductor de Freud y el psicoanálisis*** en las teorías frankfurtianas. El concepto marxista de alienación perdía toda su potencia explicativa en el contexto de análisis de la Escuela de Frankfurt, donde ya no se trataba de relaciones de producción sino de relaciones de mediación simbólica e ideológica y no se trataba de clases sociales sino de individuos. En este contexto la idea freudiana de alienación viene a revisar y completar la tradición marxista (Muñoz, 1989).

.- Por otra parte, los conceptos de pseudocultura e industria cultural apuntados por Adorno y Horkheimer presuponían una dinámica de promesa permanente de satisfacciones y un juego con las emociones y los instintos característicamente reflejados en los discursos publicitarios que remitían a la tensión psicoanalítica característica entre el principio de placer y el principio de realidad (el impulso de satisfacción de los deseos y el bloqueo externo de la posibilidad de satisfacerlos).

.- Sobre la base de estos conceptos, Marcuse desarrolla la idea de pseudocultura y describe la que el denomina como una ***sociedad unidimensional*** formada por ***hombres unidimensionales***. Marcuse se pregunta por el destino del sujeto con una conciencia íntima desgraciada en una sociedad totalmente administrada. Con el término 'unidimensionalidad' Marcuse señala el resultado según el cual la naturaleza esencial del sujeto, su potencial de desarrollo, su creatividad y capacidad de juicio independiente son cercenados e imposibilitados en la sociedad industrial masificada, que únicamente deja espacio a aquella dimensión humana útil para la estructura de producción. La pseudocultura reduce toda la riqueza potencial de las dimensiones humanas a una sola, es la institucionalización del sujeto.

.- Marcuse se preocupa en esencia por el problema de la vida cotidiana del individuo en medio de la sociedad industrial y masificada, y concluye que la industrial cultural, si bien se presenta como solución a sus angustias y carencias, en realidad lo desposee de sí mismo, lo involucra en una espiral de proyecciones e identificaciones como modelos y patrones externos y ajenos que le conducen a la desublimación represiva (la introyección de procesos de dominación y limitación como procesos de decisión autónoma propia).

3.1.3. Benjamin y la obra de arte industrializada

.- Benjamin fue el menos prolífico (por su temprana muerte) pero quizá el más prometedor de los pensadores de la Escuela de Frankfurt. Su objeto de interés lo constituyen la experiencia estética y la condición de la obra de arte.

.- Su famoso ensayo sobre '*la obra de arte en la era de la reproducción mecánica*' es sin duda un texto fundacional de los estudios sobre cultura de masas, donde aborda las consecuencias que para el arte y la cultura implican la inclusión de la obra en los procesos de reproducción y comercialización de la sociedad industrial, tanto desde el punto de vista del autor como del espectador.

.- Benjamin constituye también un referente de los enfoques semiótico-pragmático y constructivista, por cuanto presta atención a la relación entre los lenguajes y el mundo y cómo estos contribuyen a constituir el mundo de la vida a través de la mediación

simbólica: las representaciones determinan la manera en que entendemos y construimos el mundo en que vivimos.

3.2. Del marxismo clásico a la economía política de la comunicación y la crítica ideológica

.- El estudio de la comunicación de masas desde la perspectiva marxista clásica es abordado inicialmente a partir de la dicotomía entre superestructura e infraestructura. Los medios de comunicación forman parte de la superestructura, es decir, del conjunto de procesos, ideas, valores y modelos dominantes que sirven al mantenimiento de una infraestructura, esto es, un modo establecido de relaciones de producción. Así, a la infraestructura del capitalismo como forma de producción dominante le corresponde la sociedad burguesa como forma de perpetuación del capitalismo: en ese ámbito superestructural, los medios, de acuerdo con la crítica marxista tradicional, juegan un papel muy importante al difundir e imponer un modo de vida acorde con las élites que detentan la propiedad.

.- De las revisiones del marxismo en los años 50 surgen algunos autores que abordan directa o indirectamente el tema de la comunicación de masas como superestructura: ***Louis Althusser*** sienta las bases para la aportación marxista al estructuralismo al desarrollar el concepto de 'aparatos ideológicos del Estado' y realizar una crítica del antihumanismo característico de la sociedad de masas. ***Gramsci*** extiende el concepto de hegemonía del ámbito geopolítico al económico-cultural, sentando las bases para la concepción de los medios como herramientas hegemónicas. ***Enzensberger*** plantea directamente la idea de anticomunicación, y califica a los medios como 'medios de incomunicación' en tanto imposibilitan el diálogo y la crítica imponiendo visiones unitarias y sesgadas.

.- En cualquier caso, la primera comprobación del enfoque marxista de la comunicación es la de que las élites propietarias del capital son también las propietarias de los medios de comunicación. Éstas difunden a través de ellos un estilo de vida y unos valores acordes con sus intereses, al tiempo que ofrecen una representación sesgada del mundo social donde la discrepancia, la diferencia o la crítica se reducen al grado de accidente. Sobre esta base, la crítica marxista se centrará en el estudio de dos ámbitos estrechamente relacionados de la comunicación de masas:

a) Las estructuras de la propiedad de los medios de masas, sus alianzas estratégicas y sus conexiones con el sistema político y el económico
b) La función ideologizadora de los medios, en cuyos contenidos esconden una visión del mundo acorde con los intereses de la clase dominante

.- La primera vertiente es desarrollada por la ***economía política de la comunicación***, que básicamente trata de desvelar las relaciones ocultas entre los poderes económico, político y comunicativo, tanto en el ámbito nacional (mantenimiento de las estructuras de poder vinculadas a las estructuras de la propiedad) como en el nivel internacional (imperialismo cultural). La economía política de la comunicación se centra aborda especialmente los procesos de:

- ***Concentración*** de la propiedad de los medios, que reduce la diversidad y pluralidad de enfoques y permite un mayor control sobre los productos

culturales que llegan a los públicos. Los procesos de concentración no sólo se dan entre medios de comunicación e industrias culturales (prensa, radio, TV, editorales, discográficas, etc…) sino también entre productores de contenido y productores de tecnología.

- ***Hegemonía*** económico-cultural anglosajona, derivada de la concentración en torno a multinacionales norteamericanas y también del grado de desarrollo y las prácticas de mercado realizados desde esas multinacionales.
- ***Colonización de nuevos mercados*** tanto en el terreno de las tecnologías, como en el terreno de los públicos. El mercado de las industrias culturales, como veremos en el tema 10, ha permitido ampliar a ámbitos extensos de la vida social e individual el alcance del mercado y de sus relaciones dominantes.

.- Obviamente, los estudios sobre economía política de la comunicación se ocupan de forma preferente del fenómeno de la globalización, ofreciendo, a diferencia de otros enfoques, como el puramente económico o sociológico, una interesante conexión entre la globalización de las prácticas económico-políticas y la globalización de los contenidos y las pautas de consumo.

.- De hecho, la otra gran vertiente derivada de la tradición marxista y en estrecha relación con alguna de las aportaciones de la Escuela de Frankfurt, es la que podemos llamar como ***crítica ideológica***. Se trata de desvelar la coherencia que existe entre el mensaje profundo de los contenidos de los medios y la estructura ideológica que corresponde con los intereses de las élites propietarias. En este sentido, desarrollan en tema de las ***mitologías*** que habían propuesto Adorno y Horkheimer desde la Escuela de Frankfurt y Barthes y Foucault desde el estructuralismo, si bien lo hacen en un sentido menos filosófico y más interpretativo que los autores de Frankfurt. Rodrigo Alsina (2001:202 y ss) recoge los principales mitos que, de acuerdo con Schiller, difunden y asientan los medios de comunicación de masas:

- ***El mito del individualismo y de la decisión personal***
  Los medios difunden una filosofía egocéntrica y narcisista de la vida fundada en el disfrute individual y la competencia por el éxito. Aspectos como la libertad se vinculan directamente con la propiedad y son propuestos como fruto exclusivo de la actividad individual. La figura del *self-made man* y el conflicto del individuo frente a la colectividad (el héroe individualista) son los esquemas frecuentes en que se expresa este mito.
- ***El mito de la neutralidad***
  Los medios deben esconder las huellas de su acción manipuladora: la persuasión es siempre más eficaz cuando no es percibida como tal. De este modo, los medios construyen una auto-imagen de neutralidad a través de sus procedimientos (diversidad de perspectivas, distanciamiento, omisión de juicio, etc.) de tal manera que cualquier ruptura de la neutralidad por el medio es presentada como accidente o directamente obviada.
- ***El mito de la naturaleza humana inmutable***
  Los medios presentan frecuentemente las conductas y procesos de naturaleza conflictiva como fruto inevitable de la naturaleza humana y no como resultado de tensiones sociales. Al reducir a la naturaleza humana estos procesos, los medios 'desideologizan' los conflictos sociales.
- ***El mito de la ausencia de conflictos sociales***
  Como consecuencia de la 'desideologización' aparente del relato social, los medios convierten los conflictos sociales en conflictos individuales, dándoles así

un carácter de accidentalidad, de 'fatalidad' o de simple 'maldad pura'. El conflicto es frecuentemente explicado desde la locura, la enfermedad, la animalidad o la simple maldad individual.

- ***El mito del pluralismo de los medios***
  Los medios fomentan la confusión entre diversidad de productos y pluralismo de puntos de vista. El resultado de los procesos de concentración, sin embargo, es que cada vez hay mayor diversidad de productos con menor diversidad de puntos de vista.

.- Tanto la economía política de la comunicación como la crítica ideológica de la comunicación se desarrollan fundamentalmente a partir de los años 70, como reacción crítica a la investigación americana en comunicación de masas, a la cual consideran una extensión científico-metodológica de los presupuestos ideológicos que gobiernan a los propios medios de comunicación.

.- De entre los autores adscritos a esta corriente cabe destacar la obra de Enzensberger (*Constituents for a Theory of the Media*, 1970), Schiller (*Mass communication and American Empire*, 1969), Mattelart (*Multinational corporations and the control of culture*, 1979), o Chomsky (*Manufacturing consent: The political economy of the Mass Media*, 1988), entreo otros.

4. EL DETERMINISMO TECNOLÓGICO Y EL ENFOQUE ECOLÓGICO

4.1. El determinismo tecnológico

.- A partir de los años 50 comienza a perfilarse una nueva corriente de estudio de los medios de comunicación que presta especial atención a su naturaleza tecnológica y a cómo ésta influye y determina los usos sociales que se hacen de ella e incluso las formas sociales que surgen de ellos. Esta corriente se perfila mayoritariamente en torno a la denominada ***Escuela de Toronto***.

.- En 1951, **Harold Adam Innis** publica *The Bias of Communication*, obra en la que extiende el concepto de medio a las culturas antiguas. Para Innis la tecnología de los medios contribuye de forma decisiva a modificar tanto la estructura económico-política de una sociedad como las condiciones del conocimiento y representación del mundo que caracterizan a esa misma sociedad.

.- Anticipando la línea de sus colegas y discípulos canadienses, Innis concibe la tecnología (y, en especial, las tecnologías de la representación) como factor de producción cultural con consecuencias directas en la configuración de la organización sociopolítica. Innis define el concepto de medio como todo dispositivo tecnológico que permite el almacenamiento, difusión y organización de los conocimientos de una sociedad en una época determinada. Así, la representación gráfica, la escritura o sus soportes y técnicas, como las tablas de arcilla, el papiro, el pergamino, el papel o la imprenta, constituyen medios en tanto que tecnologías que amplían el alcance de la palabra y el conocimiento.

.- Los medios de comunicación permiten ampliar los límites geográficos de los imperios y transmitir las formas de orden social de unas generaciones a otras. Así, por ejemplo, la escritura separa el significado del momento y del lugar en que se produce; el papiro, el pergamino o el papel amplían los límites geográficos de las organizaciones político-religiosas incrementando la complejidad de las formas de orden social (administración política y jurídica); la imprenta universaliza la visión del mundo occidental y generaliza el acceso al conocimiento y, en general, los medios de comunicación reproducen y mantienen una estructura social basada en el mercado.

.- Innis distingue, además, entre medios vinculados al tiempo (como los manuscritos y los relatos orales) y medios vinculados al espacio (como la imprenta y los medios electrónicos). Los primeros tienen un alcance limitado, se distribuyen más a lo largo del tiempo (de unas generaciones a otras) y tienden a configurar comunidades pequeñas de estructura tradicional; los segundos tienen un alcance amplio, se distribuyen más por el espacio (en el área geográfica de una sociedad) que a lo largo del tiempo y constituyen medios de control que hacen posible la aparición del mercado y los imperios.

.- En suma, para Innis, el medio de comunicación dominante en una sociedad determina la estructura de esa sociedad. Así, por ejemplo, la prensa escrita constituye el medio de comunicación característico de la modernidad, en la que surgen y se desarrollan el concepto de individuo, la organización política democrática y la economía de mercado.

.- Quizá, sin embargo, sea el discípulo de Innis, **Marshall McLuhan**, el más conocido de los autores del determinismo tecnológico. Especialmente en sus dos obras de los años 60, *La Galaxia Gutenberg* (Círculo de Lectores, 1993) y *Comprender los medios de comunicación: Extensiones del ser humano* (Paidós, 1996), McLuhan unifica las perspectivas de Innis y el resto de autores y presenta la historia de la cultura occidental como una trayectoria de desarrollo tecnológico de los medios, distinguiendo cuatro grandes etapas:

a) ***La era tribal***, marcada por el predominio de la comunicación oral, que restringe el alcance geográfico de las sociedades y marca su orientación por el pasado, la memoria selectiva y la tradición.
b) ***La era alfabética***, marcada por la aparición de la escritura y el desarrollo de sus soportes, que permite la ampliación del alcance geográfico de las sociedades, hace posible la individualización y la abstracción de los procesos sociales y da lugar a formas políticas más complejas.
c) ***La era de la imprenta***, que amplía al máximo las características de la escritura como tecnología y determina el desarrollo de la modernidad.
d) ***La era electrónica***, a partir de la aparición del telégrafo en torno a 1840, reintroduce en las sociedades desarrolladas aspectos característicos de las sociedades tribales de cultura oral, pero de una forma globalizada (la ***'aldea global'***): proximidad, instantaneidad, selectividad de la memoria colectiva, predominio de lo audiovisual, etc.

.- Para comprender adecuadamente la evolución histórica de las sociedades conforme al desarrollo de los medios, es necesario entender que McLuhan conceptualiza las tecnologías como extensiones de los sentidos y órganos del ser humano. Si las herramientas son extensiones de las manos o los brazos y los transportes son extensiones de las piernas, ***los medios de comunicación son extensiones de las***

capacidades cognitivas del hombre, incluyendo los sentidos (esencialmente la vista, el oído y el tacto), la conciencia y la memoria.

.- Los medios, pues, son tecnologías que extienden y amplifican los sentidos y funciones cognitivas del ser humano, incrementando así su alcance y eficacia, pero también actuando como filtro que determina la manera en que se percibe el mundo y se interactúa con él. Para McLuhan el modo en que vivimos se deriva directamente del modo en que procesamos la información del mundo que nos rodea. De ahí el famoso aforismo de ***'el medio es el mensaje'***: en tanto que extensión de nuestras capacidades cognitivas, el medio determina la manera en que interpretamos nuestra existencia social. Por ejemplo, las guerras televisadas no tienen las mismas consecuencias cognitivas (y, por extensión, políticas y sociales) que el seguimiento de un conflicto a través de la prensa. En consecuencia, el medio dominante en una época determina la estructura de las conciencias individuales y las formas sociales en que éstas son posibles.

.- McLuhan distingue también entre medios fríos y medios calientes. Los ***medios calientes*** son aquellos que tienen un carácter altamente individualizado y comportan una elevada cantidad de información que, a su vez, requiere escasa participación o actividad por parte del receptor (por ejemplo, la fotografía, el cine o la prensa). Los ***medios fríos***, por el contrario, presentan un carácter menos enfocado al individuo, menor cantidad de información y menos condensada, requiriendo, en consecuencia, una mayor actividad del receptor, que debe 'llenar los huecos' dejados por el medio (la televisión es, por ejemplo, un medio frío).

.- Ciertamente la distinción mcluhaniana entre medios fríos y calientes, como el resto de su obra, no está exenta de críticas. Sin embargo, la reflexión general sobre el carácter influyente de la naturaleza tecnológica de los medios está siendo ampliamente recuperada por sus discípulos (por ejemplo, D. de Kerckhove) al hilo del desarrollo de las nuevas tecnologías y de Internet.

.- Otro autor fuertemente influido por los postulados de las Escuela de Toronto es ***Walter Ong***, quien en su obra *Oralidad y Escritura: Tecnologías de la palabra* (F.C.E., 1998), sistematiza las diferencias entre oralidad y escritura como formas de representación del mundo. De acuerdo con Ong, la escritura se caracteriza, frente a la oralidad, por los siguientes rasgos del pensamiento:

- Subordinada en vez de acumulativa.
- Analítica en vez de agregativa.
- Económica en vez de redundante.
- Lineal y secuencial en vez de cíclica y simultánea
- Innovadora más que conservadora.
- Distante en vez de próxima
- Externa en vez de participante
- Referencial en vez de homeostática (elimina memorias sin relevancia para el momento presente)
- Abstracta en vez de situacional

.- La importancia y sedimentación de la cultura alfabética en las sociedades contemporáneas es puesta de manifiesto por Ong al distinguir entre:

- ***Oralidad primaria***: aquella que caracteriza a las culturas ágrafas y a las sociedades de estructura tribal o de clanes.

- ***Oralidad secundaria***: aquella que caracteriza a las sociedades altamente tecnologizadas, en especial en virtud de los medios electrónicos y audiovisuales. Se trata de una oralidad derivada o 'filtrada' por la escritura.

.- Los medios de comunicación y las tecnologías electrónicas vendrían a ser los principales realizadores de esa 'oralidad secundaria' que en la obra de Ong desarrolla y matiza la 'aldea global' de McLuhan.

.- Finalmente, el anglo-norteamericano **Eric A. Havelock**, sintetiza las perspectivas del grupo de Canadá y las replantea en el contexto de la formación de la identidad individual en relación con los estudios sobre retórica. En *La Musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad hasta el presente* (Paidós, 1996), propone su *teoría especial de la escritura griega*, según la cual el concepto de subjetividad individual (apuntada, por ejemplo, en las ideas de alma y de mente), comienza a surgir en un momento histórico determinado, inspirado en un cambio tecnológico, cuando el pensamiento y el lenguaje inscritos y la persona que lo hablaba se separaron, lo cual condujo a un nuevo enfoque de la personalidad del hablante. La objetivación de la palabra sobre un soporte físico favoreció el desarrollo de un pensamiento más abstracto capaz de conceptualizar el "yo" y el mundo que le rodeaba. Progresivamente, la cultura oral, de carácter más concreto e inmediato, que giraba sobre el verbo "hacer", se fue centrando en el verbo "ser". Un mundo preocupado por el efecto de las cosas, pasó a preocuparse por su "esencia", elaborando conceptualizaciones que se alejaban de su materialidad. Este cambio hace posible, en el curso del tiempo, el paso de la costumbre a la norma, la abstracción social de la individualidad y la aparición de lo público frente a lo privado.

.- Los postulados de Havelock sirven de nexo para aproximarnos al siguiente enfoque, que, desde una perspectiva crítica, pero menos determinista, va a plantearse las relaciones entre medios, sociedad, individuo y cultura en términos de 'ecología'.

4.2. La *Media Ecology*

.- Efectivamente, la perspectiva ecológica concede a la tecnología una elevada influencia en las formas individuales y sociales de una cultura determinada, pero su enfoque se caracteriza por:

a) Plantear una cierta circularidad entre las formas sociales y los desarrollos tecnológicos, según la cual no sólo es la tecnología la que determina las formas sociales, sino que también éstas favorecen y posibilitan determinados desarrollos tecnológicos y no otros.
b) Centrarse en la perspectiva actual y a corto plazo, reflexionando prioritariamente sobre los cambios que introducen los medios audiovisuales y electrónicos en la sociedad contemporánea.
c) Considerar de forma preeminente los aspectos educativos como opuestos a los del consumo y los intereses económicos
d) Plantear una cierta nostalgia respecto de los rasgos de la cultura alfabética (bien distinta del entusiasmo tecnológico de algunos de los deterministas tecnológicos)
e) Presentar un carácter crítico más marcado

.- La Ecología de los Medios de Comunicación (***Media Ecology***) se explicita en la denominada ***Escuela de Nueva York***, en torno a la figura de ***Neil Postman***, a partir de los años 80. La Media Ecology se aproxima el estudio de los medios como entorno cognitivo y social del individuo, interrogándose sobre el modo en que los medios de comunicación afectan a las percepciones, la comprensión, los sentimientos y los valores, y cómo los medios posibilitan o dificultan nuestra pervivencia como sociedades y como individuos.

.- La Media Ecology desarrolla y, por así decirlo, 'socializa' los postulados de la Escuela de Toronto. En sus obras *Divertirse hasta morir: El discurso público en la era del "show business"* (1985) y *Tecnópolis: Cómo la cultura se rindió a la tecnología (1999), Neil Postman elabora* una reflexión crítica sobre el papel que juegan los medios audiovisuales (la televisión) y electrónicos (el ordenador) en la trivialización de la cultura, de los sistemas educativos y de los entornos sociales en general.

.- Para Postman, la televisión impone un estilo de vida trivializador, que se extiende a todas las esferas de la vida, privilegiando el disfrute frente a la reflexión y el aprendizaje, la contemplación frente a la participación, la fragmentación frente a la coherencia, y haciendo de todas las esferas de la vida (la política, la enseñanza, la economía…) objeto de una lógica dominante del juego en vez de una lógica de la autonomía y la responsabilidad. El resultado, en fin, es la muerte de la cultura ilustrada y de la sociedad letrada tal y como la conocemos y, en última instancia, el peligro de extinción del ciudadano racional, autónomo y responsable de sus actos que heredamos de la modernidad.

.- ***Joshua Meyrowitz*** es otro autor reciente del ámbito de la *Media Ecology*. En su libro *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior* (1985) sintetiza los enfoques de McLuhan y del Interaccionismo Simbólico (especialmente de la obra de Erving Goffman) para analizar las interacciones individuales con el medio en los mismos términos que Goffman y el IS analizan las interacciones cara a cara en el espacio físico inmediato. Meyrowitz delimita de este modo la creciente influencia de los medios en la configuración de la identidad individual (por ejemplo, en los roles de género), en la gestión de los cambios de rol (por ejemplo de la infancia a la edad adulta), y en el establecimiento de la autoridad (por ejemplo, en la construcción mediática de la vida política).

.- Desde la tradición francesa, ***Regis Debray*** articula las aportaciones de la Escuela de Toronto con el estructuralismo francés, proponiendo en sus obras (*Vida y muerte de la imagen*, 1999; e *Introducción a la mediología*, 2001) el concepto de mediaesfera como síntesis tecnológico-cultural en que tienen lugar las transformaciones sociales contemporáneas.

5. EL ESTRUCTURALISMO

.- Volvemos brevemente a los años 60 para dar cuenta de la influencia específica en el terreno de los estudios sobre comunicación de masas que tuvo una corriente de pensamiento de extraordinaria relevancia en el pensamiento Europeo y de la que ya hemos entrevisto algunos rasgos en los temas 5 y 6: el estructuralismo.

.- El estructuralismo comienza a perfilarse durante la primera mitad del siglo XX a partir de la incorporación de los desarrollos de las matemáticas (Grupo Bourbaki), la lingüística (Saussure, Jakobson) y la psicología de la Gestalt; y se concreta de forma definida a partir de los años 60 en la obra del antropólogo ***Claude Lévi-Strauss***, en la semiótica de ***Roland Barthes***, en la revisión del psicoanálisis llevada a cabo por ***Jacques Lacan*** y en la filosofía de ***Michel Foucault*** y **Gilles Deleuze**, entre otros. En este epígrafe nos detendremos brevemente en las aportaciones de los tres primeros.

.- El estructuralismo, además, incorpora una cierta tradición del marxismo en el sentido en que propugna el desvelamiento de las coherencias internas, ocultas, de los textos y discursos como vehículos ideológicos y como herramientas de poder.

.- Efectivamente, el estructuralismo recurre a la idea de estructura como una totalidad autorregulada, que fija y obedece sus propias reglas de transformación y evolución y que rige, de forma latente, la coherencia interna de los procesos sociales de producción de significado. La estructura vendría así a ser una especie de ley (o conjunto de leyes) internas de los procesos sociales a la que se puede acceder investigando los productos significantes de esos procesos, es decir sus prácticas, sus ritos y sus textos. En el estructuralismo se plantea, pues, la idea de que a la 'realidad palpable y observable' de la vida social corresponde otra 'realidad' de tipo significante (ideológica, en el sentido de otorgadora de sentido organizado) que rige su existencia y desarrollo. Para los estructuralistas, la verdadera naturaleza de los procesos sociales se explicita en la producción de sentido, en la producción simbólica.

.- El texto es, para los estructuralistas, la ventana a la coherencia profunda de las estructuras significantes de una sociedad. Pero –y esto es decisivo por cuanto lo diferencia de otros enfoques como las teorías críticas o los estudios culturales– el estructuralismo se centra exclusivamente en los textos, a los que trata como objetos inmanentes y autosuficientes, sometiendo a las leyes del texto la significación de cualquier otro elemento de los procesos sociales.

.- Obviamente, bajo semejantes premisas, el enfoque estructuralista dirige pronto su atención a los medios de masas como instancias productoras de sentido.

.- La antropología estructuralista de ***Lévi-Strauss*** sienta las bases del papel que juegan los procesos de comunicación en las estructuras sociales como procesos de intercambio en tres niveles interrelacionados (intercambio de objetos, intercambio de parentesco, intercambio de significados). La economía, por ejemplo, o las estructuras de poder se explicitan en estas formas de intercambio. A través de la coordinación entre ritos y mitos se organiza un sistema de prohibiciones y trayectorias de conducta que configuran los procesos sociales.

.- Sobre esta base conceptual, ***Roland Barthes*** plantea la necesidad de analizar los procesos y productos de la cultura de masas como elementos desveladores de la coherencia profunda de la sociedad contemporánea en términos de coordinación entre intercambio de objetos (consumo) e intercambio de significados (textos y discurso). Frente al rechazo de la Escuela de Frankfurt por la pseudocultura y sus productos, Barthes propugna abiertamente la aplicación del análisis semiótico estructural a los productos de la cultura de masas: los spots publicitarios, los seriales televisivos, etc.

.- Barthes distingue entre denotación y connotación (lo que se dice y lo que se dice 'al decir'), correlacionando la primera con el plano del contenido y la segunda con el de la expresión: por ejemplo, el contenido de un spot de lubricantes de motor denota (presenta) un caballo blanco corriendo por una carretera solitaria y connota fuerza, potencia, libertad... Barthes argumenta que los medios de masas, en virtud de su naturaleza fuertemente estereotipada y repetitiva, son esencialmente connotativos, evocadores, constituyendo estructuras mitológicas que organizan el sentido de los procesos sociales en la vida cotidiana.

.- La cultura de masas estereotipa y organiza relaciones y representaciones colectivas en forma de mitos que, a su vez, articulan las connotaciones de los productos de los medios de masas. Con ello Barthes retoma para el estructuralismo la reflexión frankfurtiana sobre las mitologías y, a diferencia de las aproximaciones de la crítica ideológica de la economía política de la comunicación (Ver epígrafe 2.2 de este tema), lo sistematiza metodológicamente sobre la base de la semiótica.

.- ***Jacques Lacan***, por su parte, realiza una compleja relectura de Freud, aportando un sistema conceptual que permite reintroducir el concepto de deseo en el análisis de los procesos que caracterizan a la cultural y la comunicación de masas. A diferencia de Marcuse, quien también recurre al psicoanálisis para comprender la cultura de masas, Lacan fija el símbolo (y la producción de sentido) como mecanismo esencial en el proceso construcción individual y de sublimación del deseo. El símbolo es la instancia que se interpone entre el yo y el objeto y entre el yo y el otro. La producción simbólica (y, por extensión, los productos de la comunicación de masas), incluyendo los ritos sociales, constituye el mecanismo de condensación y orientación de los deseos. El texto y el sentido devienen así eterna promesa de satisfacción (goce) del deseo que, precisamente por eso, nunca puede ser cumplido.

.- El estructuralismo ha tenido una gran influencia en los análisis de la cultura de masas. De hecho, puede afirmarse que es gracias al estructuralismo como se pasa de un análisis 'desde fuera' de la cultura de masas (como en el caso de la Escuela de Frankfurt o de la economía política de la comunicación) a un análisis 'desde dentro', es decir, desde los propios productos de la cultura de masas. El cambio de perspectiva es importante en territorios teóricos afines como el de los estudios culturales, pero también en territorios teóricos distantes, como el neofuncionalismo de la Teoría de los Usos y Gratificaciones, porque abrirá las puertas a una consideración más compleja de los productos y procesos de la cultura/comunicación de masas.

6. EL CONSTRUCTIVISMO SOCIAL Y LOS ESTUDIOS CULTURALES

.- Los dos enfoques finales que concluyen este tema presentan orígenes y trayectorias diferentes, pero bases epistemológicas y concepciones comunes. Ambos giran en torno al tema central de la intersubjetividad, el constructivismo social desde los supuestos de la fenomenología y el paradigma cognitivista, y los estudios culturales, una vez revisados sus orígenes marxistas, desde la dialéctica cultura/individualidad. Ambos además, de formas diversas pero convergentes, sientan las bases para un

estudio de la comunicación de masas menos marcada por el pesimismo crítico que ha caracterizado a los enfoques anteriores.

6.1. La construcción social de la realidad

.- Sin duda la obra fundacional del constructivismo social en lo relativo a la comunicación de masas es el conocido libro de ***Berger*** y ***Luckmann*** *La construcción social de la realidad* (1983). Ambos autores continúan la corriente de la sociología fenomenológica de ***Alfred Schutz***, que otorga un papel especial al papel de los actores sociales como configuradores de la realidad social en la que participan. Para Schutz, los que caracteriza al ser humano es que al interactuar con su entorno impone un cierto orden en ese entorno. El mero hecho de 'conocer una circunstancia' en la que se va a actuar implica imponer un cierto orden a esa circunstancia y, por tanto, modificarla. En línea con algunos de los conceptos de Habermas (ver tema 4), quien también recoge las aportaciones de Schutz, la sociofenomenología pone en juego de conceptos interrelacionados:

a) El conocimiento compartido como mecanismo de organización de la realidad a partir de (b)
b) La intersubjetividad, es decir, la interacción entre los actores sociales, sobre las bases comunes de (a).

.- Berger y Luckman se aproximan, como Schutz, a la realidad de la vida cotidiana, a la que consideran como la realidad por excelencia, en el sentido de que es asumida de forma natural e inmediata, de modo práctico, por los actores que participan en ella. Esa actitud natural hacia la realidad de la vida cotidiana se basa en el hecho de que es compartida por los actores sociales como ámbito del 'sentido común'. Así, la 'realidad social', entendida como el conjunto de prácticas y tipificaciones que hacen posible la interacción entre los sujetos y que, a la vez, se funda sobre ella, es producto de los propios procesos sociales en que participan los diferentes actores.

.- En ese proceso la representaciones de la realidad social juegan un papel clave, pues fijan y condensan las experiencias (individuales y comunes) proporcionando esquemas y 'recetas' que a su vez permiten a los actores organizar su interacción. La tesis de Berger y Luckman sienta, pues, las bases para una consideración del papel que juegan los medios de comunicación en la representación de la realidad social y, con ello, de su construcción.

.- En las sociedades complejas desarrolladas, los recursos de los actores para generar un conocimiento práctico de su entorno social son limitados, de manera que los medios contribuyen de forma decisiva a solventar esa carencia, proporcionando un cuadro general del mundo social de la vida cotidiana, plagado de esquemas, tipologías y recetas de actuación y valoración que ponen a disposición de los actores sociales en la forma de una 'normalidad social' sobre la fundar sus acciones.

.- Ese papel de los medios obliga a reconsiderar su tradicional concepción de institución intermediadora en la comunicación social para acentuar su naturaleza de medio como *entorno simbólico*. Así, de acuerdo con Abril:

> «Los medios son agentes culturales y agentes de socialización: mediar significa poner en relación distintos órdenes de significación o de experiencia; por ejemplo, la experiencia

local o próxima y la representación de la totalidad social [...]. Significa, al mismo tiempo, relacionar a distintos sujetos sociales, ya sean individuos, grupos y clases, o agentes institucionalizados (gobernantes y ciudadanos, productores y consumidores, etc.); y relacionarlos no sólo en el sentido del reconocimiento mutuo, sino también en el sentido de producir espacios de expresión y de *negociación* de sus intereses y diferencias […]. Los medios proporcionan la posibilidad de una imagen coherente y de una comprensión global de la *totalidad social*, más allá de la fuerte fragmentación de la sociedad contemporánea» (Abril, 1997:109-110)

.- Las teorías de la selección informativa (Gatekeeping), las teorías de los usos y gratificaciones y en general, las recientes teorías de los efectos cognitivos de los medios (Saperas, 1987) beben de las fuentes del constructivismo social de Berger y Luckmann. También los estudios culturales (especialmente en sus últimos desarrollos) aplican y desarrollan los supuestos centrales del constructivismo social.

.- Existe, obviamente, una estrecha conexión entre el constructivismo social y el constructivismo en psicología (Ver en el tema 3, el epígrafe dedicado a Piaget y Vygotski), en tanto en cuanto ambos parten del supuesto de que la cognición es una actividad transformadora/conformadora de los sujetos-en-el-mundo-social.

.- A pesar de algunas interpretaciones como las de Blumler y Gurlevich (1982), el enfoque constructivista no plantea necesariamente una visión todopoderosa de los medios como configuradores de la realidad social. Aunque reconoce su importancia creciente, la construcción social de la realidad es producto y condición de la intersubjetividad que caracteriza a las formas sociales y, en consecuencia, es el resultado de una permanente interacción entre la comunicación no mediada (las interacciones directas entre actores) y la comunicación mediada, que obliga a tener en cuenta cómo los procesos y productos de la comunicación colectiva son asimilados e integrados en los procesos de comunicación interpersonal e intergrupal.

6.2. Los estudios culturales

.- El enfoque de los estudios culturales se configura en torno al Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS), fundado en 1968 en la Universidad de Birmingham por ***Stuart Hall***, y se desarrolla principalmente en Inglaterra y Estados unidos paralelamente al auge del estructuralismo en Europa.

.- Los estudios culturales surgen más como una corriente de estudio que como una disciplina o teoría delimitada y recogen como punto de partida los trabajos de autores precedentes, de orientación marxista y crítica, tales como ***Raymond Williams***, ***Richard Hoggart*** y ***Edward P. Thompson***. Los antecesores de la perspectiva culturalista se caracterizan por:

a) Centrar su interés en el proceso de construcción de la cultura a través del análisis de las relaciones entre cultura de masas y cultura popular (principalmente, de las clases obreras británicas)
b) Desarrollar un concepto amplio de cultura como 'modo de vida' que orienta y enmarca las experiencias individuales y colectivas así como las identidades sociales (de clase, de género, de grupo, etc).
c) Investigar las correlaciones entre la ideología dominante y los productos culturales masivos.

.- Al igual que ocurría con las tesis estructuralistas de Barthes, la corriente culturalista permite revalorizar la cultura y la comunicación de masas:

a) En una primera etapa, como objeto de aproximación crítica (en el contexto de la influencia estructuralista) que aboga por la puesta en evidencia de los conflictos sociales en los productos culturales (ideología dominante)
b) después, en su desarrollo más reciente, como contexto de configuración de la cultura contemporánea en el que se encuentran e interactúan los múltiples sujetos sociales

.- Para la perspectiva culturalista, la cultura es el ámbito de los modos o estilos de vida, que se corresponden con las maneras de concebir el mundo social, y en ella se explicitan las condiciones de producción de identidad de los sujetos sociales. Así, los culturalistas prestarán especial atención a la cuestión de la identidad, integrando en su ámbito de interés:

a) Los ***estudios de género***, o cómo los procesos y productos de la cultura/comunicación de masas contribuyen a la fijación, difusión o, en su caso, transformación de las identidades de género, especialmente la identidad de la mujer, y los roles y procesos simbólicos/sociales asociados a ello.
b) Los ***estudios de identidad étnica y/o cultural***, analizando el papel de los medios y sus ritos de uso en la pervivencia o transformación de estereotipos raciales, étnicos y culturales y su articulación en el universo simbólico dominante en la cultura de masas.
c) Los ***estudios sobre poscolonialismo e interculturalidad***, o cómo las comunidades de las sociedades en vías de desarrollo (o, sencillamente, diferentes del paradigma blanco/anglosajón/europeo/occidental) integran y gestionan los productos simbólicos derivados de una cultura de masas eminentemente etnocéntrica. En este ámbito se analiza la interesante paradoja del papel de la cultura de masas en esas comunidades (por ejemplo, en Sudamérica o en Asia) como territorio de tensión entre la cultura anglosajona hegemónica y las culturas populares locales.

.- A diferencia de otras perspectivas afines, como la economía política de la comunicación o el estructuralismo, los estudios culturales:

- Se centran sobre el proceso cultural/comunicativo como totalidad interrelacionada, incluyendo los textos y discursos de la cultura de masas, los usos que hacen de ellos los sujetos individuales y sociales y la interrelación entre estos y los procesos sociales, económicos e históricos en que se enmarcan. Así, por ejemplo, los recientes estudios sobre la televisión desde la perspectiva culturalista (Silverstone, 1994) conectan el proceso de suburbanización de las sociedades occidentales desarrolladas (ciudades dormitorio, urbanizaciones, etc)con las transformaciones de la unidad familiar (trabajo de la mujer, alargamiento de la etapa de formación), de las identidades de los sujetos individuales (orientación al ocio y al consumo) y de los usos de los medios (socialización, integración, conformación de sentimiento de normalidad y seguridad).
- A diferencia de las perspectivas pesimistas de los enfoques económico-político y estructuralista, la perspectiva culturalista aborda la construcción cultural como un proceso abierto en el que participan todos los actores sociales, abriendo así la puerta, sin renunciar a su capacidad crítica, a la reconsideración del papel activo de los sujetos y los grupos sociales (Rodrigo Alsina, 2001:206). De este modo, se hace posible analizar cómo los individuos y las comunidades plantean

resistencias e incluso pueden llegar a integrar las identidades locales en las prácticas mediáticas globales.

.- A esta última fase de apertura del enfoque culturalista le corresponde una apertura de la ***semiótica de la cultura***, que abandona progresivamente los límites del estructuralismo para integrarse en un estudio de la relación entre comunicación de masas y cultura desde una perspectiva cooperativa e interaccional (entre los que cabe ubicar la obra de ***Umberto Eco, Francesco Casetti*** y otros).

.- Con ello, los enfoques culturalistas proponen, comparativamente, la aproximación más amplia y rica a la conexión entre los procesos comunicativos y las transformaciones culturales, planteando algunos conceptos de especial relevancia en el análisis del papel de los medios como instancias configuradoras de identidad:

- Así, por ejemplo, los medios y la cultura de masas contribuyen decisivamente a configurar el ***imaginario sociocultural***, entendido, de acuerdo con Abril (1997:158), como «un conjunto de imágenes compartido por una sociedad o un grupo social, entendiendo "imagen" en todo su espesor cognitivo, experiencial y práctico. El imaginario corresponde a representaciones, evidencias, presupuestos normativos implícitos que configuran un modo de concebir –o, mejor, de "imaginarse" – el mundo, las relaciones sociales, el propio grupo, las identidades sociales, los fines y aspiraciones colectivas, etc.»
- Al mismo tiempo, los medios configuran ***comunidades interpretativas***, es decir grupos diferenciados por sus prácticas simbólicas y técnicas en torno a un imaginario sociocultural compartido. La idea de *comunidad interpretativa* deriva de la semiótica de la cultura y apunta hacia una diferenciación de los usuarios de los medios en función de las competencias comunicativas necesarias y de los imaginarios socioculturales que comparten (así, por ejemplo, Internet o la televisión temática configuran nuevos tipos de comunidad interpretativa).

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Seleccione un producto comunicativo (por ejemplo, un programa de televisión) y analícelo desde alguna de las perspectivas teóricas expuestas. Observe su potencial explicativo y sus limitaciones.

- En grupos de cinco alumnos y previa utilización de las lecturas complementarias necesarias, realizar una crítica de las carencias de alguna de las perspectivas teóricas expuestas desde los supuestos conceptuales de una teoría opuesta o divergente (por ejemplo, una crítica del funcionalismo desde la perspectiva frankfurtiana, o una crítica del estructuralismo desde los estudios culturales).

- Lectura y resumen de las aportaciones de alguno de los autores mencionados en el tema.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- ABRIL, G. *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid. Ed. Cátedra [1997].
- ABRUZZESE, A. y MICONI, A. *Zapping. Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid. Ed. Cátedra (2002)
- GRANDI, R. *Texto y contexto en los medios de comunicación. Análisis de la información, publicidad, entretenimiento y consumo*. Barcelona. Ed. Bosch (1995).
- LUCAS, A., GARCÍA, C. y RUIZ, J.A. *Sociología de la comunicación*. Trotta. Madrid [1999].
- MATTELART, A. y MATTERLAT, M. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Ed. Paidós (1997).
- McQUAIL, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed. Paidos (1991) [1983]
- MUÑOZ, B. *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Madrid. Ed. Barcanova (1989).
- MUÑOZ, B. *Teoría de la Pseudocultura. Estudios de Sociología de la Cultura y de la Comunicación de Masas*. Madrid. Ed. Fundamentos (1989).
- RODRIGO ALSINA, M. *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona, Ed. Aldea Global [2001].

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- Relacione las diferentes perspectivas teóricas expuestas en el tema con los esquemas interpretativos dominantes de la comunicación (metáforas) planteados en el tema 1
- Realice una tabla sintética de autores, corrientes e ideas centrales que resuma el panorama teórico esbozado en el tema.
- Relacione las diferentes perspectivas teóricas con los enfoques epistemológicos y sociológicos desarrollados en los temas anteriores.

BLOQUE III
TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

9 Modelos básicos para el estudio de la comunicación colectiva

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Comprender y aplicar las ventajas explicativas de la modelización
- Conocer, organizar y articular las diferentes perspectivas de modelización de los fenómenos comunicativos.
- Conocer algunos de los modelos comunicativos más relevantes en el estudio de las mediaciones

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. CONSIDERACIONES SOBRE LA MODELIZACIÓN DE PROCESOS COMPLEJOS

.- El nacimiento y auge de la MCR y los estudios sobre mediación comunicativa responde a una preocupación por la creciente importancia y consecuencias de los medios de comunicación en las sociedades modernas.

.- Las investigaciones sobre comunicación se en marcan cada vez más en el contexto de una sociedad compleja formada por elementos y procesos complejos. La concepción de la comunicación social como un proceso de gran complejidad obliga a plantear esquemas simplificadores que permitan concentrar la investigación sobre aspectos determinados.

.- En el contexto general de revisión de los supuestos ampliamente reduccionistas del conductismo mecanicista de la primera etapa (hasta 1945) aparecen *los modelos de la comunicación*, que no son sino estructuras simplificadas que pretenden condensar los caracteres básicos de la comunicación social tal y como la conciben los diversos investigadores. *El modelo resulta así el punto de encuentro entre la concepción teórica y la experiencia de aquello que se pretende comprender y explicar.*

.- Característicamente, un modelo incluye:

a) **Conceptos** que corresponden a observaciones precisas de fenómenos u objetos (elementos del modelo)
En el caso de los modelos de la comunicación los conceptos o elementos característicos son emisor, receptor, mensaje, ruido, redundancia, información, canal, contexto, y efecto.

b) **Principios racionales** que expliquen la dinámica del fenómeno (coherencia lógica)
En el caso de los modelos de la comunicación los principios racionales característicos consisten en la forma de entender la comunicación: como una influencia del tipo estímulo/respuesta, como una transmisión/selección de la información, como una construcción cooperativa del sentido, etc...

c) **Mecanismos relacionales** que articulen los vínculos entre los conceptos (a) conforme a los principios racionales (b). (Relaciones lógicas, como causalidad, dependencia, contraposición, etc...).
En el caso de los modelos de la comunicación los mecanismos relacionales típicos son la codificación/descodificación, la traducción/interpretación, la retroalimentación, la influencia modificadora del sentido, etc...

.- No debemos olvidar que el uso de modelos, en especial cuando tratamos un fenómeno complejo, implica una simplificación. Deutch (1966) resume las ventajas e inconvenientes de la modelización (McQuail & Windahl, 1997):

Ventajas:

a) Organización: permite organizar los datos a partir de una imagen general
b) Interpretación: Descubre relaciones y hecho nuevos que contribuyen a mejorar la explicación del fenómeno
c) Predicción: Permite la posibilidad de hacer predicciones experimentales sobre la base del funcionamiento general del sistema.
d) Medición: Permite cuantificar la intensidad y la ocasión en que el fenómeno tiene lugar.

Inconvenientes:

a) Generalidad: Su carácter abierto puede ocasionar ambigüedad y errores de aplicación
b) Encorsetamiento: Los modelos limitan las relaciones y procesos del fenómeno a que se refieren
c) Perpetuación: Los modelos tienden a perpetuar e implantar las presuposiciones de las que parten.
d) Teoricismo: Pueden plantear discrepancias entre la concepción teórica y los procesos a los que se aplican.
e) Complicación: Puede también darse el caso contrario; que el modelo complique y dificulte la explicación del fenómeno.

.- El mismo autor plantea una distinción entre:

a) Modelos estructurales: Aquellos que reflejan los elementos de un fenómeno y sus relaciones.
b) Modelos funcionales: Aquellos que reflejan los procesos y funciones que tienen lugar en un fenómeno observable.

.- En los epígrafes sucesivos observaremos que los diferentes modelos se inclinan más hacia lo estructural o hacia lo funcional. Puesto que en cierta medida todos ponen en juego elementos y procesos, los presentaremos de acuerdo con el siguiente criterio: la concepción de la comunicación en términos de sistema y proceso de relaciones.
.- Así, plantearemos una breve selección de los modelos desarrollados en las teorías de la comunicación, de acuerdo con los siguientes tipos:

a) Modelos lineales, que conciben la comunicación como un proceso lineal y unidireccional entre dos polos (emisor y receptor)
b) Modelos circulares, que introducen el feed-back y conciben la comunicación como un proceso de ida y vuelta entre dos o más polos con igual o distinta capacidad de influencia.
c) Modelos reticulares, que conciben la comunicación como un proceso en red, en el que intervienen más de tres elementos con incidencia relevante y que constituyen procesos de distribución de la significación o la información.

.- En adelante y para los epígrafes 2, 3 y 4 seguiremos las referencias de McQuail y Windahl (1997) y Rodrigo Alsina (1995). No obstante, la obra más exhaustiva en cuanto a compilación de modelos es sin duda *La Communication Modelisèe*, de Pilles Willet (Eds. Du Renouveau Pedagogique, Montreal, 1992).

2. MODELOS LINEALES

.- Se trata de aquellos modelos que conciben la comunicación como un proceso lineal, unidireccional entre dos polos característicos, emisor y receptor. En estos modelos basados en una concepción técnica de la comunicación, la capacidad de decisión y la fuente de influencia residen en el emisor, mientras que el receptor adopta un papel pasivo, sujeto a la influencia de la acción comunicadora del emisor.

.- Al mismo tiempo, estos modelos plantean una relación de incidencia directa del mensaje sobre el público, sin ningún tipo de mediación. No es, pues, casualidad, que estos modelos se configuraran entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, cuando:

a) Comienza un desarrollo acelerado de la ciencia y la tecnología
b) Toma forma la sociedad de masas, con unos medios de comunicación cada vez más influyentes y masivos.
c) Se desarrollan en Europa los estados totalitarios y, en general, se extiende una idea absolutizadora del poder del estado vehiculado a través de la represión, el conflicto bélico y la propaganda manipuladora.

2.1. El modelo de Shannon y Weaver

.- Sobre el origen técnico-matemático de este modelo y su importancia en las teorías de la comunicación así como en la aparición de las nuevas tecnologías de la información, véase el tema 2.

.- Su influencia en el asentamiento de una concepción transaccional, compartimentalizada y seralizadora del proceso comunicativo es decisiva.

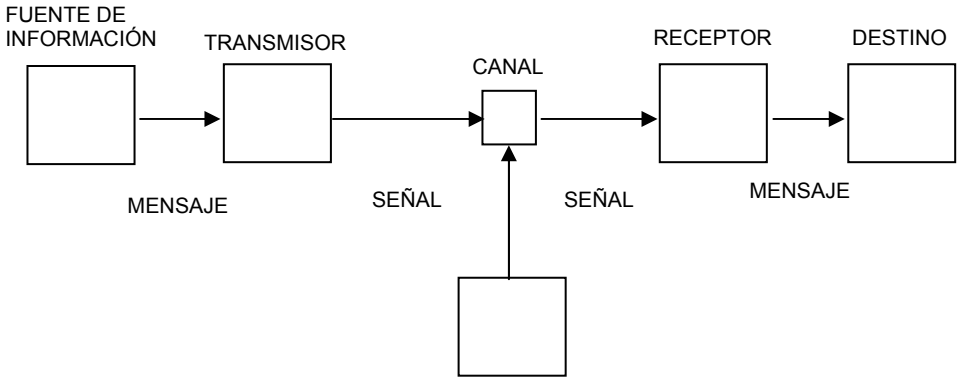


Figura 1: Modelo de Shannon y Weaver

2.2. El modelo de Lasswell

.- Harold Lasswell escribe en 1948 la célebre frase que dará lugar al primer modelo de la comunicación de masas:

> Un modo adecuado de describir un acto de comunicación consiste en responder a las preguntas ¿quién dice qué en qué canal a quién y con qué efectos?

.- El modelo de Lasswell anticipa y adapta el de Shannon y Weaver a la comunicación social, al conservar los elementos esenciales de éste (emisor, mensaje, canal, receptor) y añadir la cuestión clave desde el punto de vista de la propaganda: el efecto de la comunicación.

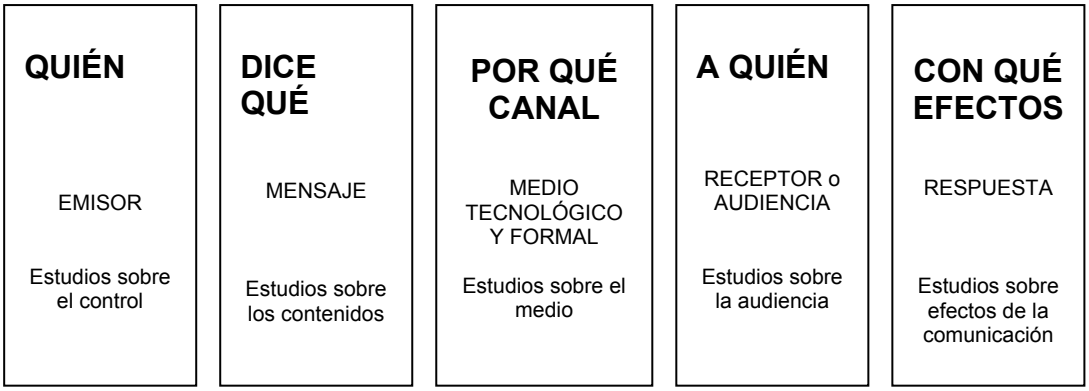


Figura 2: Modelo de Lasswell

.- Lasswell articula los diversos campos de investigación en comunicación de masas a partir del modelo. Así, los estudios sobre el control de las fuentes remiten al emisor, los análisis de los contenidos del medio remiten al mensaje, los estudios sobre la naturaleza

y restricciones del medio comunicativo remiten al canal, el análisis de las audiencias (frecuencias, perfiles, tendencias, etc) remiten al receptor, y aquellos estudios que analizan la respuesta del público (intención de voto, tendencias de consumo de medios, selección de contenidos, etc) remiten a los efectos de la comunicación.

.- La sencillez y claridad del modelo de Lasswell, junto con su carácter eminentemente funcional, le han valido el constituir la base de la que parten la gran mayoría de las investigaciones en comunicación colectiva.

.- De modo aún más explícito que en el modelo de Shannon y Weaver, el modelo de Lasswell plantea una idea intervencionista y manipuladora de la comunicación, donde el emisor detenta el poder y la capacidad de influencia y el receptor queda relegado a un papel pasivo, puesto que su reacción a la comunicación es catalogada en términos conductitas, dentro del espectro deseable/no deseable. Esta concepción se inscribe dentro de las llamadas *Teorías de la aguja hipodérmica*, que conciben la comunicación social como una "inyección" que influye directamente sobre el público.

.- Las críticas al modelo de Lasswell se centran esencialmente en dos aspectos:

a) Su escasa atención al contexto social de la comunicación
b) Su ausencia de feed-back.

.- En la línea de (a), Braddock propone incluir las circunstancias en las que se envía el mensaje y los propósitos con los que se envía. En la línea de (b), Moragas propone una relación de ida y vuelta (feed-back) entre cada uno de los componentes de la fórmula.

3. MODELOS CIRCULARES

.- Los modelos circulares de la comunicación resultan inicialmente de la introducción de feed-back en aquellas primeras concepciones lineales de la comunicación. La aportación cibernética del feed-back (ver tema 2) implica la concepción de la comunicación (transmisión y selección de información) como un proceso de control o regulación en los procesos sociales. Esta perspectiva se difundirá por casi todos los modelos (especialmente los funcionalistas) de la comunicación social.

.- La introducción del feed-back en los modelos de la comunicación tiene, pues, dos consecuencias inmediatas:

a) Cuestiona la concepción conductista de la comunicación en términos estímulo/respuesta y plantea serios problemas a las teorías de la aguja hipodérmica que se centran en el efecto directo de la comunicación.

b) Plantea una progresiva complejización en los modelos de la comunicación que irán incluyendo más elementos de mediación y procesos de influencia mutua.

3.1. El modelo de De Fleur

.- El modelo de De Fleur es una versión desdoblada del modelo de Shannon y Weaver que trata de refleja un flujo reflejo de la comunicación del emisor al receptor por la vía de los medios de comunicación colectiva y del receptor al emisor por la vía de los "instrumentos de feed-back":

a) Instrumentos y procesos con que cuenta el público para hacer llegar a los medios su "reacción" a la comunicación.
b) Los propios procesos sociales suscitados a raíz de las comunicaciones
c) Las reacciones cuantificables del público (tendencias en el consumo de medios, índices y perfiles de audiencia, etc).

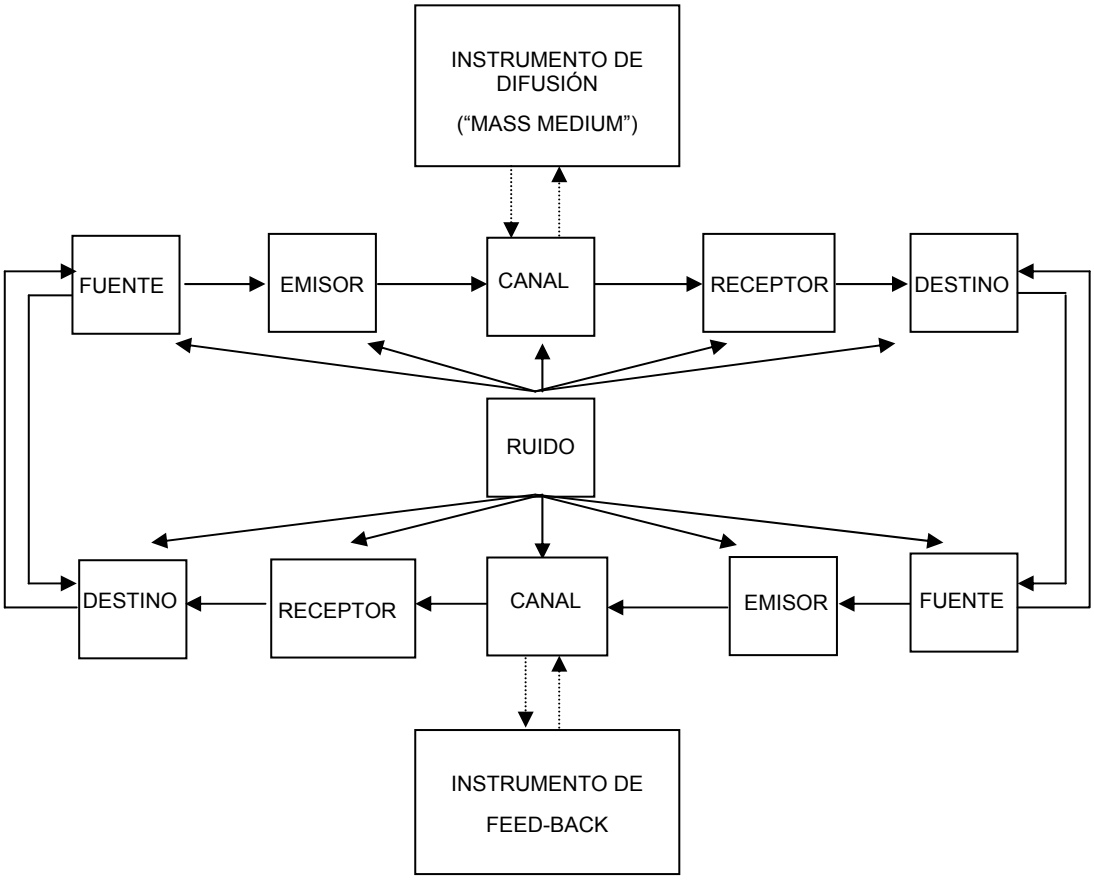


Figura 3: Modelo de De Fleur

3.2. El modelo de Osgood y Schramm

.- El modelo de Osgood y Schramm (1945) va más allá que el de De Fleur al considerar que los participantes en el proceso de comunicación realizan funciones análogas: codificar, descodificar e interpretar. En lugar de centrar su atención en el canal, presta especial atención a los actores de la comunicación, tratándolos como puntos de origen y destino idénticos.

.- Con ello desarrollan la idea que el propio Shannon consideraría, al afirmar que: "*el proceso de la comunicación es interminable, puesto que no empieza ni acaba en ningún sitio concreto*".

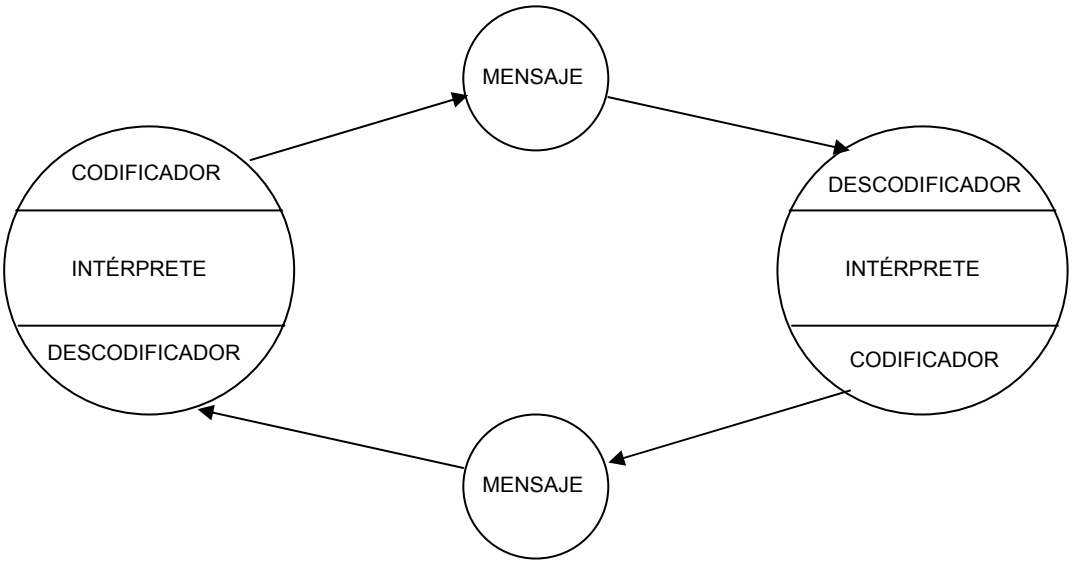


Figura 4: Modelo de Osgood y Schramm

.- En este modelo se observa la influencia de la perspectiva psicolingüística de Osgood, que tiende a confundir a los actores de la comunicación con los participantes en un diálogo y que, en consecuencia, hacen al modelo especialmente útil para el estudio de la comunicación interpersonal, pero no tanto para el de la comunicación colectiva o de masas.

3.3. Modelo de Dance

.- Abundando en ese carácter indefinido (sin principio ni fin concretos) de la comunicación, Dance (1967) plantea la proyección de la circularidad de la comunicación a un modelo en espiral.

.- El recurso a la espiral obedece a una idea clave de Dance, que opina que los modelos circulares se equivocan al considerar que la comunicación vuelve al punto de partida. Efectivamente, si lo característico de la comunicación es que *produce efectos* (*transforma*), entonces el proceso de vuelta será a un punto diferente (o a un actor con una actitud diferente) del originario. Al mismo tiempo la espiral subraya el carácter dinámico, cambiante de la comunicación, en la que cada acontecimiento tiene incidencia sobre el siguiente, y permite así concebir una comunicación evolutiva en la que se incremente el grado de entendimiento y la relación comunicativa entre los actores.

.- El de Dance es un modelo centrado en la naturaleza del proceso comunicativo y no tanto de sus elementos.

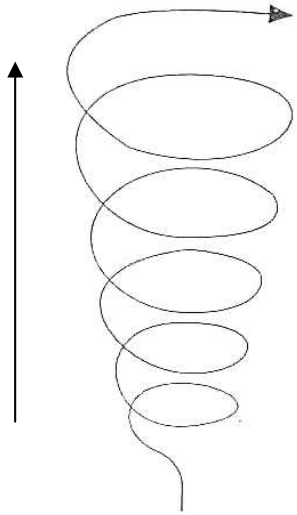


Figura 5: Modelo en espiral de Dance

3.4. Modelo de Maleztke

.- Maletzke propone un modelo complejo, a medio camino entre una estructura circular y reticular de la comunicación. Concibe la comunicación como un proceso psicosocial que articula las relaciones de influencia entre aspectos o conceptos básicos

.- Desglosaremos el modelo de Maletzke en tres gráficos; el primero de ellos centrado en la situación de la recepción del mensaje; el segundo centrado en la situación de la producción/emisión y, finalmente, mostraremos el modelo desarrollado.

3.4.1. La recepción

.- En la relación entre el medio y el receptor Maletzke considera un conjunto de presiones o factores que influyen en la forma en que se percibe el mensaje: la *presión ejercida por el medio* en función de su naturaleza y contenidos, y *la imagen que tiene el receptor del medio*. Ambos factores inciden en la *selección de contenidos* que realiza el receptor y en la *experiencia del mensaje* que supone la recepción.

.- Maletzke considera también aquellos aspectos que configuran la naturaleza del receptor: su *auto-imagen*, la *estructura de su personalidad*, su *pertenencia a una audiencia* determinada y su *entorno social*.

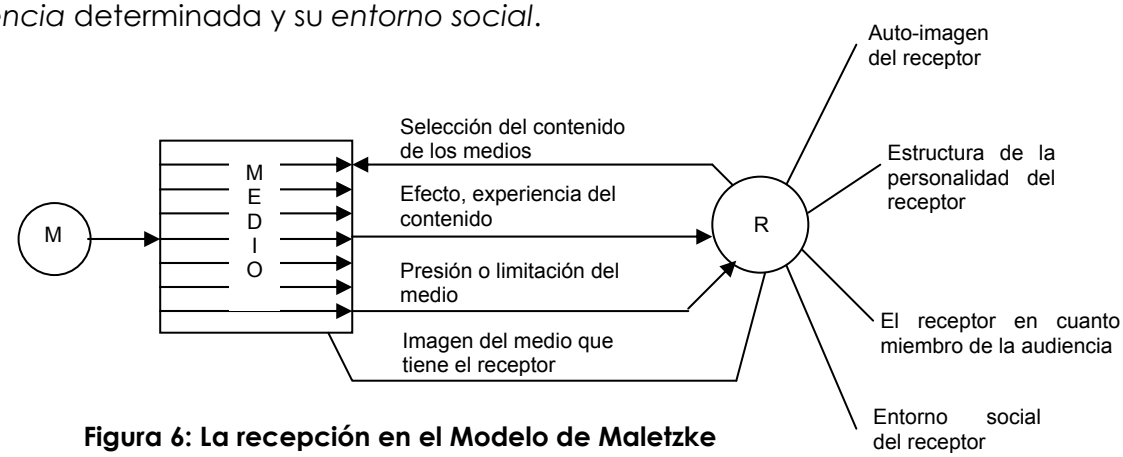


Figura 6: La recepción en el Modelo de Maletzke

3.4.2. La producción/emisión:

.- El proceso de producción del mensaje supone la selección y estructuración del contenido.

.- Por su parte, los caracteres definidores del medio se configuran a partir de: la *auto-imagen* del comunicador, la *estructura de su personalidad*, su *equipo de trabajo*, su papel en la *organización* a la que pertenece, su *entorno social* y las *limitaciones que impone el carácter público de su comunicación*.

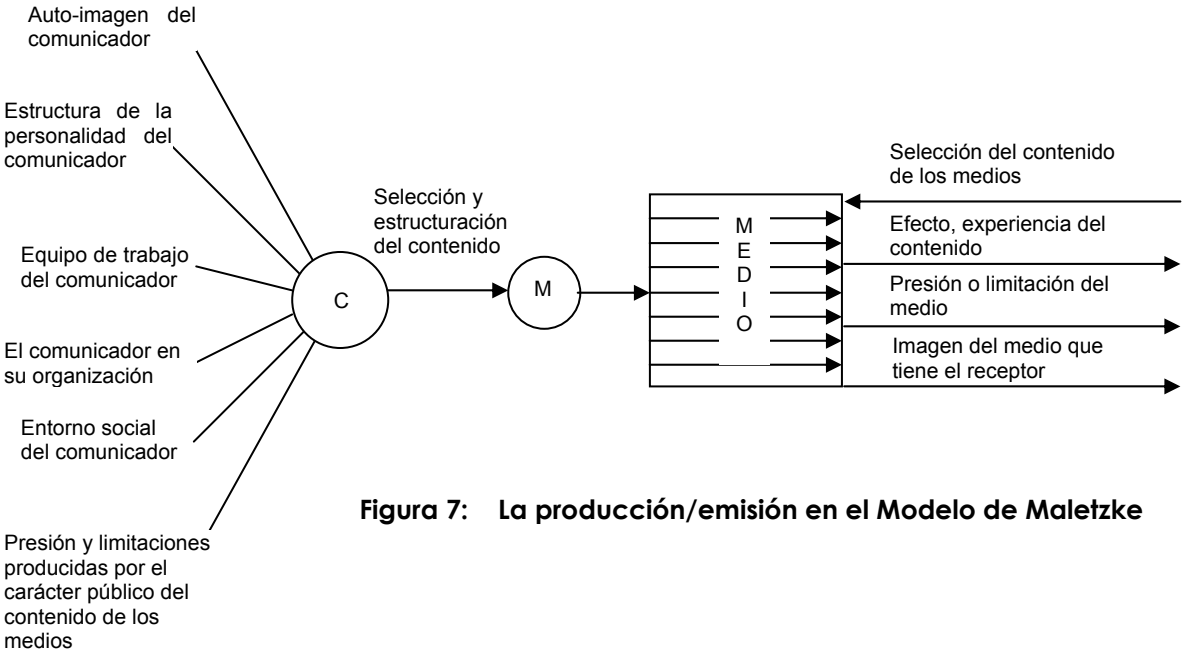


Figura 7: La producción/emisión en el Modelo de Maletzke

3.4.3. El modelo completo

.- Pone en relación las dos partes anteriores mediante un feed-back en el que se encuentran la imagen que el comunicador tiene del receptor y la imagen que el receptor tiene del comunicador.

.- Maletzke concibe esencialmente la comunicación como el proceso de encuentro entre dos individualidades sociales dotadas de personalidad, el comunicador y el receptor. Aunque los considera como factores influyentes, sin embargo no desarrolla con igual importancia los factores sociales y del medio que pueden afectar enormemente a la comunicación (intereses económicos, política del medio, naturaleza de la organización, contexto social de la comunicación, etc...)

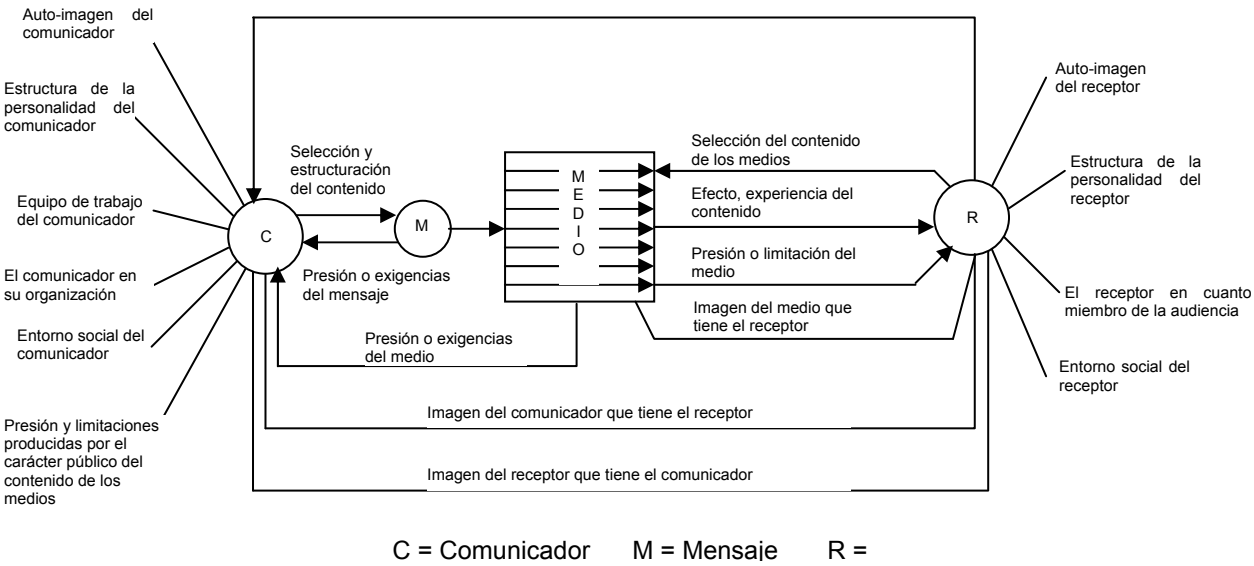


Figura 8: Modelo completo de Maletzke

4. MODELOS RETICULARES

.- Los modelos circulares de la comunicación se van haciendo progresivamente más complejos, sobre todo cuando pasan de considerar separadamente la comunicación en su nivel psicológico y social a considerarlas conjuntamente.

.- Comienzan entonces a aparecer modelos que conciben la comunicación como una red de difusión o transmisión de influencias, informaciones, significados, etc, y a partir de la cual se generan las actitudes, opiniones y acciones de los miembros de una sociedad.

4.1. Modelo de Newcomb

.- Newcomb trabaja en el campo de la psicosociología de la comunicación y, basándose en los trabajos de Heider, plantea en 1953 su ***modelo de equilibrio ABX***

.- Heider investigó acerca de los procesos cognoscitivos internos de los participantes en una conversación (A y B). En sus investigaciones planteó que la base afectiva (aprecio o rechazo) de una relación conversacional tiende articularse sobre el objeto de referencia (X), de modo que cuando se establece ese equilibrio entre A, B y X, se establece una relación resistente al cambio. (Un ejemplo de estas conclusiones nos lo ofrece la impresión general de que cuando (A) compartimos un tema de interés (X) con alguien (B) tenemos más facilidad para el acceso a interpersonal y una base afectiva).

.- Newcomb aplicó las investigaciones de Heider al ámbito de la comunicación interpersonal, estudiando el nivel de consenso entre los estudiantes a partir de su convivencia. Su conclusión fue que la comunicación tiende a establecer relaciones de simetría entre los participantes. Este papel "simetrizador" o "equilibrador" de la comunicación es especialmente útil en situaciones de tensión, incertidumbre o desequilibrio: cuando existen discrepancias entre A y B respecto de X, la comunicación acerca de X tenderá a equilibrar la relación. Adviértase la semejanza del planteamiento de Newcomb con la Teoría de la Acción Comunicactiva de Habermas, en la que el papel de la comunicación era precisamente el de posibilitar el consenso acerca de los objetos o temas de interés.

.- De acuerdo con este modelo, la comunicación sólo se activa si existe una relación entre A y B y si al menos uno de ellos se halla interesado en X. Este principio psicológico es de aplicación generalizada en el ámbito de la comunicación persuasiva (publicitaria y política).

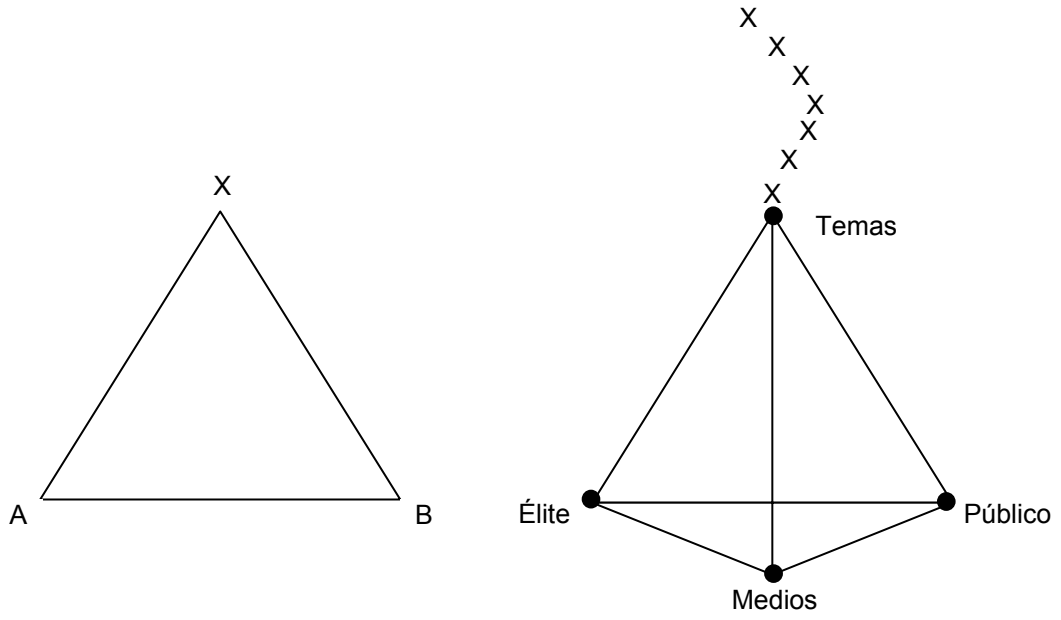


Figura 9: El modelo de ABX de Newcomb

Las teorías del equilibrio:

.- El modelo de Newcomb forma parte de un grupo de teorías de la comunicación especialmente importantes en el ámbito de la persuasión y la comunicación estratégica que reciben el nombre de *teorías del equilibrio*.

.- Las teorías del equilibrio tienen su base en dos supuestos:

a) que el público siempre busca las informaciones o mensajes con los que tiende a mostrarse de acuerdo (percepción selectiva)
b) que el papel de la información o los mensajes es el de reforzar las opiniones o actitudes que tiene de antemano el público que los ha seleccionado (refuerzo)

.- En general las teorías del equilibrio suelen coincidir con nuestra autopercepción como consumidores o usuarios de información y comunicación, con nuestra visión de las relaciones interpersonales, etc. Sin embargo, olvidan que los procesos de comunicación no sólo generan consenso (interacciones simétricas, según la escuela de palo Alto), sino también disenso (interacciones complementarias). Al mismo tiempo, este enfoque es más apropiado para la comunicación interpersonal, pero en el caso de la comunicación colectiva intervienen muchos más factores (económicos, estéticos, políticos, circunstanciales, etc.) que lo hacen menos operativo.

.- Precisamente relacionado con las teorías del equilibrio se encuentra el denominado ***modelo de co-orientación***, que, partiendo de la comunicación interpersonal y grupal, distribuye los elementos del proceso de la siguiente forma:

a) Fuentes: corresponden a las élites interesadas en la difusión de determinados temas, enfoques, etc.
b) Comunicadores o medios
c) Receptores o público
d) Temas o ítems de información sucesivos y relacionados

.- El modelo de la coorientación supone una traducción del modelo ABX al ámbito específico de la comunicación colectiva y la formación de la opinión. Por ello, introduce el elemento de los medios de comunicación y establece intereses y motivaciones diferentes para A (élites) y B (público). Con ello refuerza el carácter mediador de los comunicadores en el proceso de formación de opiniones y temas y plantea que la información no es tanto *encontrada* como *buscada* por los participantes en función de sus intereses

.- Otro enfoque próximo a los anteriores es el de la ***consonancia/disonancia cognoscitiva***. Este enfoque presta especial atención a la psicología individual de los participantes en el proceso de comunicación y advierte que la predisposición psicológica del individuo o grupo hacia un tema es determinante en su recepción de los mensajes. Así, por ejemplo, una información sobre la corrupción en un partido político será recibida de diferente manera

- por los simpatizantes de ese partido, que tenderán a rechazar toda información que suponga un cambio de actitud y/u opinión y pondrán en duda la calidad o fiabilidad de las fuentes (mantenimiento de la consonancia cognoscitiva) o bien se replantearán sus actitudes y opiniones (disonancia cognoscitiva)
- por los partidarios de los partidos oponentes (consonancia cognoscitiva), que reforzarán sus opiniones y actitudes.

.- En resumen, este enfoque plantea que el individuo tiende siempre a mantener y reforzar de forma coherente sus opiniones y/o actitudes y, por ello, tenderá a rechazar aquellas informaciones "disonantes" con su concepción y a admitir o incluso buscar aquellas informaciones "consonantes" con su concepción.

4.2. Modelo de Gerbner

.- En 1956 Gerbner diseña un modelo que pretende expresar la dinámica de todas las formas de comunicación (interpersonal, grupal, masiva, etc) sobre la base de dos elementos (el productor de la información y el receptor de la misma) que realizan una transacción.

.- Gerbner concibe por tanto la comunicación como una negociación o un intercambio y, dentro de ella, presta especial atención a la fuente o emisor.

.- Para Gerbner todos los procesos de comunicación consisten fundamentalmente en lo siguiente:

«Alguien percibe algo (A) y reacciona, en una situación, a través de unos medios, con el fin de hacer disponibles unos materiales, con una cierta forma, y en un contexto, transmitiendo un contenido, con ciertas consecuencias»

.- Así, el proceso comienza por un acto de percepción del acontecimiento (A) por parte de un preceptor, sea hombre o máquina (M) en un contexto que condiciona la selección y la disponibilidad del preceptor (y en el que intervienen tanto los factores físicos de la percepción como los psicológicos: experiencia previa, suposiciones, etc). El resultado es el acontecimiento percibido por el preceptor (A^1)

.- Posteriormente M quiere comunicar sobre A^1 a otra persona, para lo cual confecciona un soporte o mensaje (Enunciado acerca del Acontecimiento = EA) y que se constituye sobre una doble dimensión: forma (E) y contenido (A). Ambas dimensiones se encuentran íntimamente relacionadas.

.- La transmisión de EA a través de canales o medios constituye otro acontecimiento para otro preceptor (el destinatario o M^2), pero no es ya un acontecimiento puramente físico, sino un acontecimiento comunicativo (que remite al acontecimiento originario percibido por M). Se forma así una cadena o red de transmisiones que entrelazan sucesivas interpretaciones/percepciones.

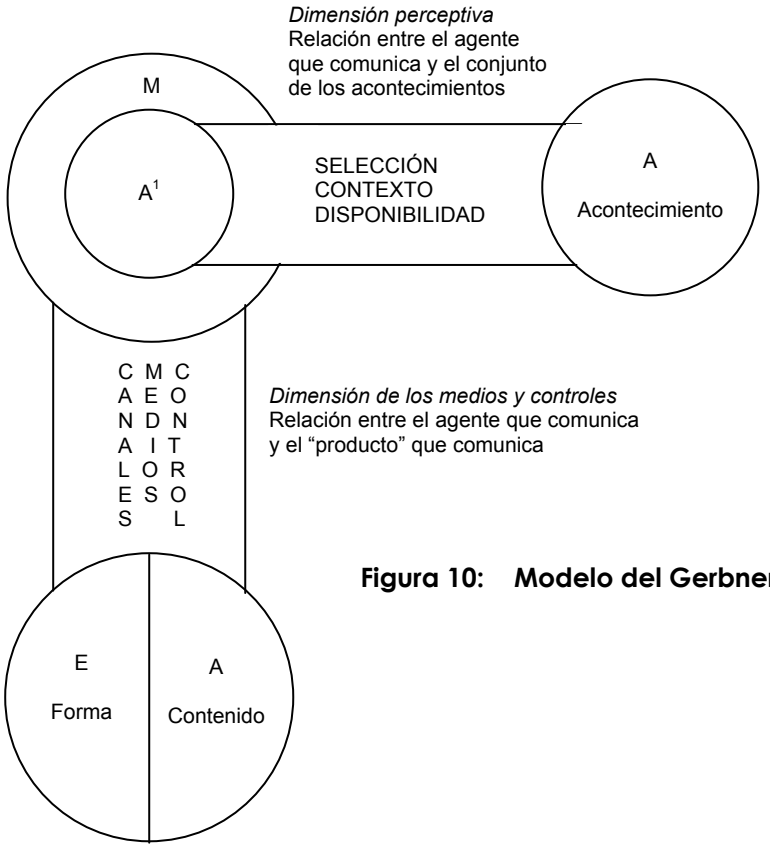


Figura 10: Modelo del Gerbner

.- A pesar de sus similitudes con los enfoques funcionalistas próximos al modelo de Shannon y Weaver, el modelo de Gerbner plantea algunas diferencias que merecen ser resaltadas:

- El sistema de comunicación es abierto y, por tanto, los procesos comunicativos son variables y, hasta cierto punto, impredecibles.
- Su versatilidad le permite ser aplicado a diversas clases de comunicación humana así como a dispositivos mecánicos.

4.3. Modelo de Westley y McLean

.- Westley y McLean proponen en 1957 una variante del modelo de Newcomb. Su objetivo era resaltar la complejidad de los procesos de comunicación colectiva y resaltar la necesidad de tratarlos separadamente.

.- En la comunicación colectiva hay un número mayor de fuentes (A) y de temas o ítems de información (X), además de darse dificultades especiales en la implementación del feed-back entre B y A.

.- Para resaltar la especificidad de la comunicación colectiva, Westley y McLean plantean un modelo de la comunicación interpersonal conforme a los supuestos del modelo de Newcomb (modelo 1).

.- Así, una fuente A selecciona uno de todos los objetos X para comunicarse con B, que a su vez puede tener un acceso independiente de A a ese mismo X y que retroalimenta la comunicación con A (feed-back de B a A).

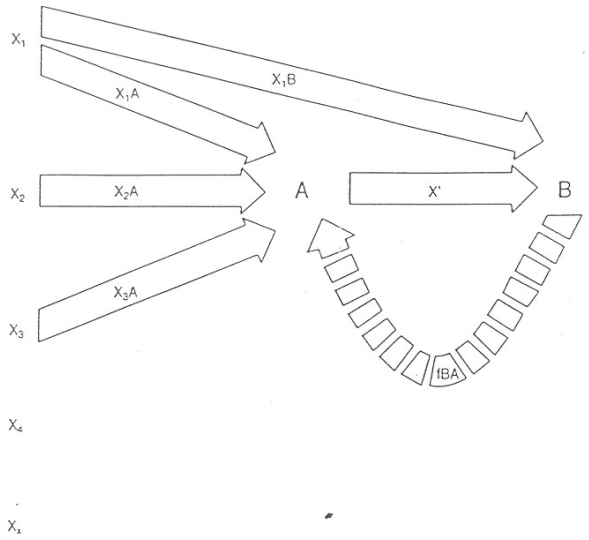


Figura 11:
Modelo de Westley y malean (versión 1):
Primera modificación del modelo ABX en el que A elige entre los X potenciales para comunicarse con B (Fuente: McQuail & Windahl, 1997)

.- En su segundo modelo Westley y McLean representan la comunicación colectiva. En él incluyen un nuevo elemento: el canal o comunicador (C), que actúa como selector o *Gatekeeper* en la transmisión entre la fuente (A) y el público (B) y cuya misión es interpretar las necesidades del público y satisfacerlas.

.- Adviértase que el feed-back y otros aspectos de modelo se complejizan:

a) La selección de los objetos o temas por C no depende sólo de la selección de la fuente (A)
b) La selección de C retroactúa sobre la fuente (A)
c) El público retroactúa sobre el comunicador (C) y sobre la fuente (A).
d) Resalta la intecionalidad de la comunicación A-C sobre la de C-B
e) Admite la diversidad de elementos: varias fuentes (A) para cada C y varios C para cada B. Con ello resalta la competencia de los medios por el interés del público y los grupos de presión de las fuentes por el interés de los medios.

.- También hay que observar una cierta ingenuidad en el modelo, al ser planteado sobre la suposición de la independencia del comunicador y de la no coincidencia de los intereses de la fuente y el medio. Asimismo sobreestima la incidencia del feed-back del público sobre el comunicador.

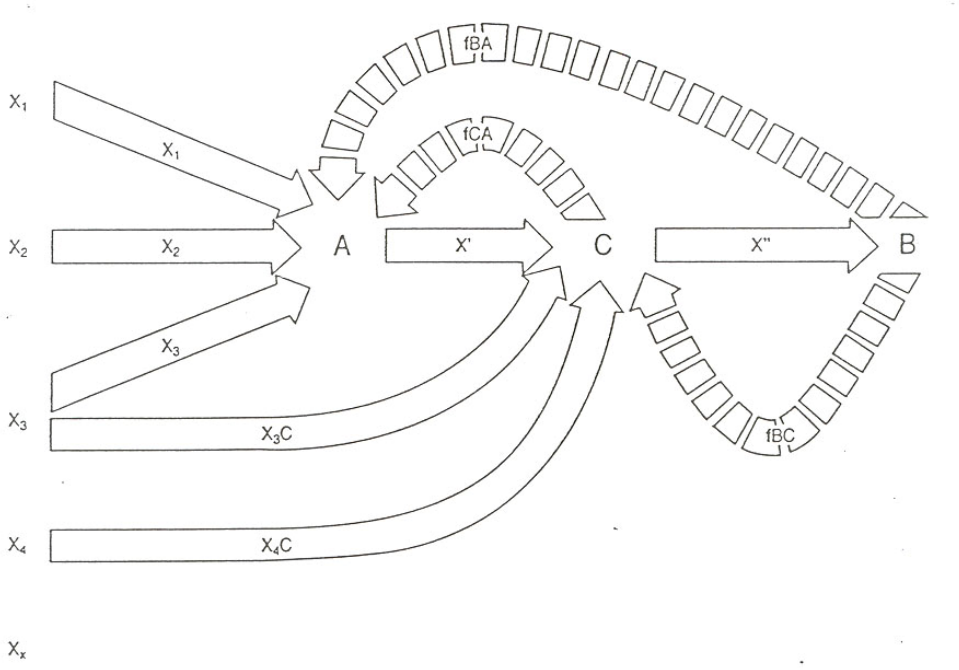


Figura 12:
Modelo de Westley y malean (versión 2):
Modelo de la comunicación colectiva, en el que se incluye un segundo tipo de comunicador (C = rol del canal) (Fuente: McQuail & Windahl, 1997)

5. LA COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL

.- Hasta ahora hemos visto que la mayoría de los modelos clásicos se centran en los aspectos funcionales de la comunicación, muchos de ellos tomando como base la comunicación interpersonal (diálogo entre dos instancias) para referirse a la comunicación colectiva.

.- Sin embargo, incluso aquellos modelos más elaborados, como el de Maletzke, o aquellos más atentos al proceso de selección temática y la coordinación de intereses, como en el caso de Westley y McLean, pierden de vista aspectos esenciales de la comunicación colectiva:

a) Que la opinión, la actitud o la decisión no se configuran sólo en el nivel de la experiencia individual, grupal, o colectiva, sino también (y esencialmente) en el nivel discursivo, en el nivel de la representación: es en el conjunto de relatos sociales donde tomamos las herramientas e ingredientes para categorizar nuestras experiencias, construir nuestras identidades y nuestros relatos y, en definitiva, comprender nuestro mundo y a nosotros mismos. No sólo atendemos a los medios de comunicación como "mapas" de la vida cotidiana, sino que con trozos de ellos y de todos los relatos que circulan en la sociedad construimos nuestros propios "mapas" y, con ellos, nos construimos a nosotros mismos en los "mapas" de los otros...

b) Que nuestras comunicaciones en el nivel social no se refieren principalmente a objetos o experiencias elementales, sino a objetos o experiencias cargados de sentidos (semantizados) y que, en definitva, nos remiten a imaginarios culturales donde se articulan valores, relaciones lógicas, etc.

.- Por ello, planteamos un modelo centrado en la articulación de los niveles de interpretación, esto es, de producción y transformación de sentidos de acuerdo con los presupuestos expresados en los temas 5 y 6.

.- Distinguimos así entre dos niveles de comunicación como marco experiencial del sujeto:

1) LA COMUNICACIÓN LOCAL: EL NIVEL PSICOLÓGICO O EXPERIENCIAL INMEDIATO

.- Un ***acontecimiento social (A)*** es semantizado (ubicado en un conjunto de categorías, valores, referencias lógicas, emocionales, etc) y produce un ***acontecimiento semantizado (SA)***, es decir, un conjunto de sentidos susceptibles de ser comunicados (y que, por tanto, pasan a constituir experiencias semantizadas, esto es, acontecimientos con sentido).

2) LA COMUNICACIÓN GLOBAL: EL NIVEL SOCIAL O REPRESENTACIONAL (EXPERIENCIAL MEDIADO)

.- La comunicación genera un proceso infinitamente recursivo (que vuelve sobre sí) de progresivas semantizaciones del AS: un enunciado a cerca de un acontecimiento semantizado, un enunciado acerca de un enunciado a cerca de un acontecimiento...

.- Se plantea así una dinámica coherente con la semiosis ilimitada de Peirce que, a su vez, nos permite concebir el tejido sociocultural como un entramado de referencias entrelazadas que, en última instancia, remiten a sucesivas semantizaciones y que, en suma, constituyen el imaginario social y cultural.

.- La actividad y contenidos de los medios de comunicación es a la vez el producto y un factor de producción del imaginario sociocultural.

.- El imaginario sociocultural constituido a partir del cruce ininterrumpido y masivo de discursos en todos los niveles del mundo social supone además el requisito imprescindible para la semantización de los acontecimientos, esto es, para la construcción de sentido a partir de la experiencia socialmente compartida. Por eso, el discurso retroactúa sobre el acontecimiento social y su semantización, haciéndolos posibles.

.- En otros términos, el imaginario sociocultural implícito en los discursos proporciona las bases para su objetivación social, es decir, para la encarnación del imaginario sociocultural en los acontecimientos sociales. En rigor, el circuito de semantización es un círculo cerrado, por lo que no cabe concebir un acontecimiento social no semantizado.

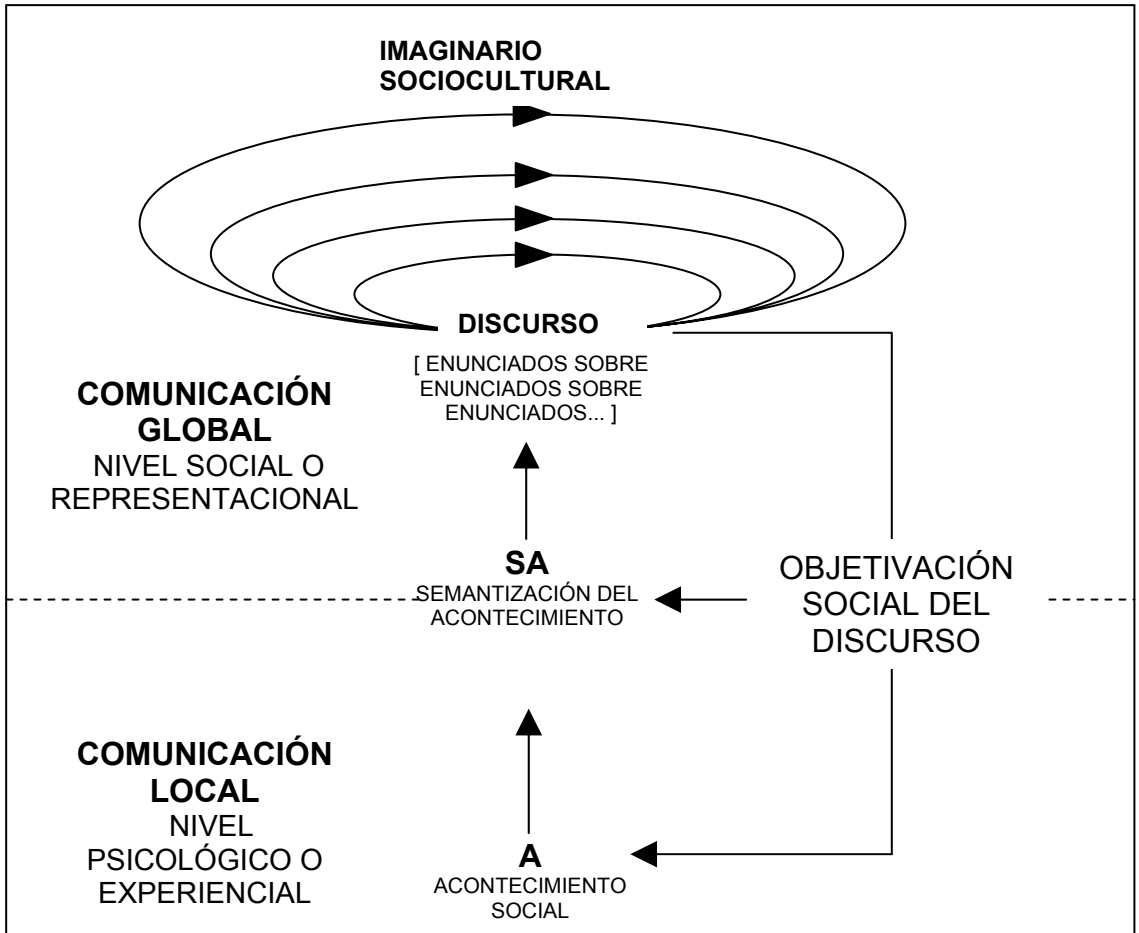


Figura 13:
Modelo del proceso recursivo de semantización de la experiencia individual

6. LOS ELEMENTOS DEL PROCESO COMUNICATIVO

.- Si bien cada uno de los modelos expuestos presenta algún tipo de carencia o bien ignora aspectos relevantes del proceso comunicativo, sí es cierto que todos ellos componen en conjunto una estructura básica del proceso comunicativo.

.- La ***estructura básica del proceso comunicativo*** que podemos extraer del conjunto de los modelos de la comunicación presta sin embargo mayor atención a los elementos que a su relación y, en este sentido, podemos afirmar que se encuentra muy próxima a la fórmula de Lasswell:

Se trata, en suma, de descomponer el proceso de comunicación en una serie de momentos o fases, cada uno de los cuales se asocia a una función protagonizada por un actor o elemento característico, sobre el que, posteriormente, se articulan los diferentes ámbitos de los estudios sobre comunicación.

FUNCIÓN DE ENUNCIACIÓN	Enunciador/fuente/emisor	▪ Rutinas profesionales ▪ Sociología de la profesión ▪ Técnicas profesionales ▪ Persuasión ▪ Estructura empresarial del medio ▪ Estructura económico-política de las fuentes ▪ Sociología del medio
FUNCIÓN DE TRANSMISIÓN	Medio/canal	▪ Tecnología de la comunicación ▪ Implicaciones sociales y profesionales del medio tecnológico
FUNCIÓN DE SOPORTE EXPRESIVO	Mensaje	▪ Análisis de contenido ▪ Semiótica ▪ Pragmática ▪ Análisis del discurso
FUNCIÓN DE INTERPRETACIÓN	Receptor/público/audiencia	▪ Análisis del perfil de la audiencia ▪ Competencia textual y comunicativa de la audiencia (semiótica y pragmática) ▪ Condiciones de la recepción (entorno social, grupal, circunstancial, etc)
FUNCIÓN DE INTEGRACIÓN DEL MENSAJE	Receptor/público/audiencia	▪ Persuasión ▪ Tendencias de consumo comunicativo ▪ Efectos psicosociales de la comunicación en general

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Realizar una crítica y ampliación del modelo de Maletzke. Reconstruir los condicionantes del proceso a partir de un contenido mediático seleccionado al efecto (un artículo, una información, un spot, etc.).

- Realizar un modelo comunicativo de los medios asociados a las nuevas tecnologías (Internet).

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- LUCAS, A., GARCÍA, C. y RUIZ, J.A. *Sociología de la comunicación*. Trotta. Madrid [1999].
- McQUAIL, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed. Paidos (1991) [1983]
- McQUAIL, D. y WINDAHL, S. *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Ed. Eunsa. Pamplona (1997) [1982]
- RODRIGO ALSINA, M. *Los modelos de la comunicación*. Madrid, Ed. Tecnos (1995) [1989].

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- ¿Cuáles son las ventajas y carencias de los modelos lineales?
- ¿Cómo influye el modelo de Lasswell en la investigación posterior en comunicación?
- ¿Qué caracteriza a los modelos circulares?
- Describa el modelo de Maleztke
- ¿Qué relación existe entre las teorías del equilibrio y los estudios sobre efectos?
- ¿Qué distingue a los modelos circulares y los reticulares?
- ¿Qué relación observa entre el modelo recursivo de la semantización de experiencias individuales y la semiosis ilimitada de Peirce?
- ¿Cuál es la correlación estructura-función comúnmente derivada de los modelos de la comunicación colectiva?

10 Sociedad de masas, cultura de masas y comunicación de masas

A OBJETIVOS GENERALES DEL CAPÍTULO

- Conocer y comprender el contexto sociocultural de aparición del sujeto social 'masa' y las circunstancias de configuración de la sociedad actual
- Conocer y comprender los rasgos definitorios de la evolución sociocultural de los medios de masas como institución y como proceso social de referencia.
- Adquirir los conceptos y el conocimiento de los procesos necesarios para poder elaborar una aproximación crítica y evaluativa de la actividad y naturaleza de los medios de masas en las sociedades contemporáneas

B CONTENIDOS BÁSICOS

1. EL CONCEPTO DE 'MASA': ORÍGENES, ANTECEDENTES E IMPLICACIONES

.- Los medios de comunicación, tanto en su vertiente tecnológica como en su dimensión cultural, forman parte de la esencia que caracteriza a las sociedades desarrolladas contemporáneas hasta tal punto que hoy resulta imposible comprender la dinámica política, cultural y tecnológica de nuestras sociedades sin atender al papel que en ello juegan los modernos medios y tecnologías de la comunicación.

.- De este modo, la comunicación de masas –o comunicación colectiva– aparece como el fenómeno comunicativo socioculturalmente relevante más reciente de la historia de la cultura occidental. Por ello, y por su creciente incidencia en las formas de vida social así como en la economía y la política de las sociedades desarrolladas, su estudio se ha convertido en una cuestión sociológica de primer orden.

.- La centralidad de los medios de comunicación y de las tecnologías asociadas a ellos es, sin embargo, la punta de lanza de un largo proceso de transformación social que

caracteriza a la cultura occidental. Ese proceso de transformación atañe a las formas de vida social, a la constitución del individuo, la economía de mercado, el orden político democrático y, en general, a la especificidad de la relación sujeto/colectividad en las sociedades desarrolladas.

.- Es posible datar en el siglo XV los orígenes de ese proceso de transformación, que se corresponde a grandes rasgos con la gestación y desarrollo de la modernidad: progresiva laicización de las estructuras sociales, aparición y auge de la burguesía y el comercio, aparición del individuo-ciudadano y de los primeros estados-nación, colonización y despegue del desarrollo tecnológico, consolidación de la epistemología científica, etc…

.- El proceso de la modernidad desemboca en una época de profundos cambios en la forma de vida, especialmente durante los siglos XIX y XX, cuyo punto de inflexión lo constituye la aparición de un nuevo sujeto social: la masa.

.- Aunque genéricamente la idea de masa acostumbra a vincularse con los fenómenos sociales de principios del XX, el concepto comienza a perfilarse prácticamente desde principios del siglo XIX y supone, de hecho, desde Nietzsche hasta Ortega, el centro de una creciente preocupación intelectual por el curso de las transformaciones sociales de la época.

1.1. Las transformaciones sociales del siglo XIX-XX

.- Quizá no pueda considerarse casualidad que la sociología se constituya en ciencia por derecho propio precisamente en la época de mayor velocidad, frecuencia e intensidad de los cambios sociales que dibuja nuestra historia. El momento en que la complejidad y el cambio constante caracterizan las formas sociales de la cultura occidental es también el momento en que se hace funcionalmente necesaria una capacidad auto-observadora de esas mismas formas sociales que garantice al menos un umbral de comprensión.

.- Así pues, Durkheim, Marx, Weber y otros, coinciden en señalar las múltiples corrientes transformadoras que, en su época, comenzaban a cambiar el aspecto del mundo social. De entre estas corrientes o líneas de transformación podemos destacar las siguientes:

1.1.1. La consolidación de la economía como fenómeno social de referencia

.- A lo largo de los siglos XVI a XVIII tiene lugar un proceso de 'economización' del mundo social. Desde la aparición de la burguesía y el auge del comercio marítimo al hilo de las colonizaciones y el desarrollo tecnológico, las estructuras políticas y jurídicas de Occidente comienzan a cambiar.

.- La propiedad toma el lugar de la pertenencia a la comunidad (el linaje, la casta…) como referente económico sobre el que se constituye la identidad social del sujeto. Como consecuencia de ello, el trabajo y la producción adquieren pleno sentido como actividades sociales.

.- En este proceso se asienta la gestación del individuo como sujeto social en tanto que sujeto económico, primero, sujeto jurídico, después, y finalmente, con las revoluciones democráticas del XVIII, sujeto político.

.- Así, lo que caracteriza a la Revolución Industrial será precisamente una organización racional de la producción sustentada sobre el auge tecnológico y sobre el capital. La progresiva racionalización de la producción se extiende a la división del trabajo, que a su vez pasa a ocupar un lugar central en la actividad cotidiana del individuo.

.- Como consecuencia de ello, las sociedades occidentales se organizan y estructuran conforme a la producción y distribución de riqueza de acuerdo con un principio de eficiencia racional (cuanto más de la forma más eficaz). La transformación de las relaciones de producción afecta no sólo a las formas sociales, sino a los sujetos individuales. En torno a las nuevas formas de producción y a las nuevas formas de vida, sintetizadas en la gran urbe, aparecen grandes bolsas de población que constituirán el caldo de cultivo para la consolidación de un nuevo sujeto social: la masa.

1.1.2. El paso del capitalismo industrial al capitalismo de consumo

.- La acumulación de la producción y la gestión del capital encuentra su tope en el siglo XIX (despegue tecnológico, fase final de las colonizaciones, auge de los transportes…).

.- Paralelamente, el desarrollo tecnológico y la división del trabajo hacen posible, a finales del XIX, la aparición de un fenómeno social relativamente nuevo a gran escala: el ocio.

.- La aparición de las sociedades anónimas permiten separar la propiedad de la producción, dando así lugar a una nueva clase de especialistas en gestión y control, así como a un mayor desarrollo de la economía financiera.

.-La reorientación de una economía de producción (capitalismo industrial) hacia una economía financiera desde finales del XIX, converge así con las nuevas formas de vida urbana y con los nuevos rasgos del sujeto individual (división trabajo/ocio). El racionalismo funcional se extiende a la vida cotidiana, con el consiguiente desarrollo del sector terciario (servicios) cuyo proceso satisface los simultáneamente los requisitos funcionales de la vida urbana (comercio, transportes, etc.) y de la vida individual (distribución de productos, ocio…).

.- Se pasa así, progresivamente, de una economía articulada sobre la producción a una economía articulada sobre el consumo.

1.1.3. La consolidación de la epistemología científica como actitud ante la vida

.- La consolidación de la epistemología científica como procedimiento de observación, experimentación, conocimiento y control corre paralela al proceso de economización de la vida social.

.- La convergencia entre la lógica científica del control de los procesos naturales y la lógica económica de la eficacia racional se consuma en la idea de tecnología como procedimiento de intervención eficaz sobre la naturaleza.

.- Se consolida así una idea de 'naturaleza' como almacén de recursos a disposición de las sociedades, y una idea de conocimiento como 'capacidad de intervención y control'.

.- Como consecuencia de los éxitos científicos y tecnológicos aplicados a la producción y al control de los recursos naturales, la idea de conocimiento adquiere un rasgo sustancial de 'utilidad'.

.- Por otra parte, la aparición en los sistemas económicos de clases especializadas en la gestión (derivada de la separación entre producción y propiedad) converge con el proceso de especialización científica en disciplinas y campos de aplicación.

.- Los criterios de verdad como aplicabilidad, de eficacia como utilidad, y de conocimiento como recurso acumulable impregnan progresivamente todas las formas de relación social. Es lo que los teóricos de la Escuela de Frankfurt denominaron racionalidad instrumental. Su expresión simbólica más profunda se concentra en el mito del progreso.

1.1.4. El auge tecnológico y el mito del progreso

.- El desarrollo de la tecnología es el resultado necesario de la confluencia entre las lógicas científica y productiva. La tecnología constituye así, por un lado, la prueba de eficacia de la ciencia y, por el otro, la fuerza motriz de la economía industrial.

.- Más allá de esta confluencia, la tecnología hace posible la adaptación de las formas sociales a los nuevos modos de vida impuestos por las formas de producción. La tecnología resuelve primero el problema de la producción eficaz y, después, el problema de la reestructuración de las formas de vida transformadas por la producción.

.- Así, la tecnología se convierte en la gran protagonista de la vida social en las grandes urbes de los siglos XIX y XX.

.- La concepción del conocimiento como recurso acumulable, característica de la convergencia tecnológica entre ciencia y economía, constituye la base del mito del progreso indefinido, que a su vez exalta la razón instrumental como estrategia evolutiva. La idea de que la razón, la ciencia y su producto tecnológico ofrecen una vía de desarrollo, adaptación y mejora creciente e indefinida traspasa el espíritu de la época. Sólo las guerras mundiales y, recientemente, los problemas ecológicos, llegarán a platear interrogantes sobre el concepto de progreso y desarrollo. Interrogantes que obligan a añadirles el epíteto de 'sostenible'.

.- Paralelamente, el auge tecnológico y el mito del progreso producen también transformaciones en el mundo de la vida social: el aspecto más visible lo constituye el paso de una orientación de la vida social hacia el pasado a una marcada orientación de la vida social hacia el futuro.

.- La historia y la vida cotidiana comienzan a entenderse como una carrera hacia delante, regida por la racionalidad productiva e instrumental, en lo que Giddens ha llamado sugestivamente '*la colonización del futuro*'. La instauración de 'lo nuevo' como valor social positivo es síntoma directo de esta dinámica, a la vez tecnológica y económica.

.- En este sentido, el impacto social de la tecnología, aun caracterizándose originariamente por el control instrumental de los procesos naturales, alcanza su máxima expresión en el control instrumental de los procesos sociales e individuales. Así la tecnología impregna progresivamente:

1) Las relaciones del sujeto con la naturaleza
2) Las relaciones sociales
3) Las relaciones del sujeto consigo mismo (su auto-concepción)

.- No extraña así que, prácticamente desde sus orígenes, el desarrollo tecnológico se halla asentado sobre la triple trayectoria de la colonización del espacio (transportes y comunicaciones), del tiempo (ritmos y desplazamientos) y de la memoria (registro, duración y acumulación). Todos ellos (espacio, tiempo y memoria) constituyen los ejes sobre los que se construye la identidad de los sujetos individuales y colectivos.

1.1.5. La racionalización de las formas sociales

.- Junto con la economización de la vida social apuntada por Marx, Weber señala la importancia del proceso de racionalización creciente de las formas sociales. Para Weber lo característico de la modernidad es '*el desencantamiento del mundo*', la sustitución de la 'racionalidad sagrada' por la 'racionalidad burocrática', la organización racional y burocrática de todas las esferas de la vida social simbolizadas en el control creciente del estado y el auge tecnológico.

.- La racionalización de la vida social alude, pues, a una creciente codificación, regulación o normativización de las relaciones sociales conforme a su eficacia y utilidad racionales.

.- La profunda transformación que este proceso subraya tiene como resultado una redefinición de los vínculos sociales, cada vez menos asentados en la proximidad, la afectividad, la tradición, la moral o la espontaneidad y más en la distancia, el anonimato funcional, la racionalidad, la norma y la utilidad.

.- Durkheim se refiere a este proceso como el paso de la '*solidaridad mecánica*' característica de las sociedades premodernas, basada en referentes externos a la sociedad (la divinidad, la tradición, etc.) como determinantes de sus relaciones, a una '*solidaridad orgánica*', característica de la modernidad y basada en referentes internos (la utilidad, la eficacia) como determinantes de las relaciones sociales.

.- Las nuevas formas sociales derivadas de este proceso de racionalización son ya apuntadas por Tönnies en el siglo XIX sobre la base de la distinción entre *comunidad* (gemeinschaft) y *sociedad* (gessellschaft). Caracterizando a la segunda, por oposición a la primera, un tipo de vínculo más formal, distante, anónimo, funcional y amplio.

.- Las nuevas formas sociales derivadas de este proceso de racionalización constituyen la base para la aparición de la masa.

1.1.6. La evolución de la concepción 'prometeica' del sujeto

.- La economización y la racionalización de las formas de vida social plantean lo que algunos autores han denominado una '*concepción prometeica del sujeto*', en alusión al mito de Prometeo, el semidiós griego que introdujo al género humano en el conocimiento de los oficios y las técnicas.

.- La concepción 'prometeica' del sujeto señala, por tanto, una idea del sujeto individual fuertemente economizada y ligada a las aplicaciones tecnológicas y a los procesos de producción, directamente relacionada con la importancia creciente del trabajo en la vida cotidiana de las sociedades del XIX, que pasa a ser un factor central de la identidad y del proyecto de vida individuales.

.- El estilo de vida que impone tal concepción del sujeto se enmarca en el modelo general de la vida urbana que se fragua a lo largo del XIX. Ese modelo, como es sabido, genera grandes desigualdades y tensiones, tanto a nivel social como a nivel individual.

.- Las teorías de la alienación, tanto en su vertiente marxista (ligada al régimen tecnológico y de producción) como psicoanalíticas (ligada a la formalización de los lazos sociales), no hacen sino subrayar las consecuencias negativas de un sujeto social definido por y para la producción efectiva.

.- Esa crisis del sujeto tradicional va a favorecer notablemente la aparición de las masas como vía de escape a las tensiones generadas por los nuevos modos de vida.

.- A partir del segundo cuarto del siglo XX, la progresiva transformación de la economía de producción en economía de consumo favorece notablemente la generación de excedentes de tiempo disponible (el ocio), que se integran en los procesos económicos precisamente por la vía del consumo (el tiempo libre es el tiempo dedicado al consumo de lo que se produce en el tiempo de trabajo).

.- El desarrollo de las economías de consumo y de los regímenes laborales que incluyen el ocio (vacaciones, festividades, promoción, etc.), contribuirá a introducir, a lo largo del siglo XX, nuevos matices en esa concepción prometeica.

.- El sujeto de la segunda mitad del XX ya no es un sujeto definido por y para el trabajo: frente a la idea del trabajo como objetivo de vida se impone la idea del trabajo como medio para obtener los recursos de la vida cotidiana, incluyendo en ello el disfrute como proyecto de vida. Al sujeto prometeico se le superpone un sujeto dionisíaco.

1.2. De la masa social a la sociedad de masas

.- La idea de masa es anticipada por los pensadores del XIX como algo que intuyen asociado a los nuevos modos de vida y a las transformaciones sociales de que son testigos. Quizás el caso más sintomático, por su intuición y su potencia crítica, sea el de **Nietzsche**, que preveía un proceso de uniformización y mediocrización de la cultura que más adelante retomarían los críticos de la Escuela de Frankfurt. También

Tocqueville, **Kierkegaard** o **Buckhardt**, además de los sociólogos de la época (**Weber**, **Marx**, **Tönnies**, **Durkheim**…), muestran su preocupación por la revisión analítica de las estructuras sociales y por los cambios asociados a ellas.

.- En general, la reflexión sobre el fenómeno de las masas surge en el siglo XIX en relación con tres ámbitos:

a) Las convulsiones políticas (revoluciones nacionalistas, procesos de unificación, revolución soviética, etc.) en las que la participación multitudinaria del pueblo se presentaba como decisiva.
b) Las transformaciones económicas (configuración de las grandes urbes, tecnificación, concentración de grandes industrias y entornos laborales, etc.) sobre las que se desarrollarían las teorías de la alienación.
c) Los nuevos espectáculos y medios de comunicación (el cine, la prensa de gran tirada, las exposiciones universales y las grandes ferias internacionales), que prefiguraban un nuevo tipo de público en las sociedades urbanas.

.- Los primeros intelectuales que reflexionaron de forma específica sobre la masa adoptan una postura crítica, caracterizada por lo que consideran un cambio preocupante de las formas de vida social.

.- Así, por ejemplo, **Durkheim** reflexiona con preocupación a raíz del clima social en torno al Affaire Dreyffus, constatando un cambio radical en la conducta de los individuos hacia motivaciones irracionales, inmediatas y atávicas.

.- **Gustave Le Bon**, preocupado por la experiencia de la Comuna de París (1871), publica en 1895 *Psicología de las masas*, en el que plasma esa concepción negativa de la masa caracterizada por la irracionalidad, el esquematismo simplista, el dogmatismo, la intolerancia y la credulidad. Le Bon, que acabaría sus días como admirador de Mussolini, identifica las masas como muchedumbres de conducta homogénea, que responden mecánicamente a la fascinación de los líderes y que actúan por impulsos, de forma extrema y simplificada.

.- **Gabriel Tarde** es el primero en establecer una relación entre la masa y los nuevos públicos, anticipando el papel central que los nuevos medios (prensa, cine, radio) juegan en la homogeneización de las conductas de la masa a través de la fascinación y la imitación. En *La opinión y la masa*, publicado en 1901, Tarde sienta las bases de lo que será una tradición crítica de los medios como herramientas de manipulación y control que llega hasta nuestros días.

.- Desde la sociología y la filosofía políticas, también se observa a la vez con desconfianza y con interés el fenómeno de la masa. **Graham Wallas** llama la atención en *Human Nature in Politics* (1908) sobre la creciente importancia del factor emocional en las relaciones sociales, y consecuentemente, anticipa la relevancia de los prejuicios, los instintos y los argumentos emotivos en la actividad política.

.- La preocupación por la masa desencadena, pues, una doble reacción: una **corriente elitista**, vinculada a la *concepción negativa de la masa* y que en sociología y política se preocupa por el papel de las clases dirigentes/cultas; y una **corriente revolucionaria**, que asume una *concepción positiva y rupturista* de la masa, tomando del marxismo la idea de masa como fuerza social. En torno a esta segunda corriente no sólo emanarán los movimientos de izquierdas de principios del siglo XX, sino también

los fascismos y, en el plano estético, las vanguardias. Podemos sintetizar la diversidad de argumentos de estas dos concepciones en la siguiente tabla:

LA MASA SOCIAL: CONCEPCIÓN NEGATIVA	**LA MASA SOCIAL: CONCEPCIÓN POSITIVA**
• Alienante • Instintiva-irracional • Manipulable • Simplificadora (prejuicios) • Dogmática • Carente de conciencia histórica • Bajo nivel cultural • Irresponsable • Ciega • Infantil	• Anti-elitista • Instintiva • Imprevisible • Renovadora • Irreprimible • Creativa • Asociada a la cultura popular • Coherente • Transformadora • Juvenil
LA MASA SOCIAL: CARACTERES NEUTROS	
• Conjunto multitudinario y disperso de individuos • Conjunto desestructurado • Carente de identidad propia reconocible. No genera pertenencia • Cohesión emocional • Ausencia de perspectiva temporal • Composición heterogénea y conductas homogéneas	

.- En 1921, **Freud** publica *Psicología de las masas*, obra en la que traslada al ámbito social su teoría del inconsciente. La masa aparece así caracterizada como encarnación del inconsciente colectivo: exenta de la presión de la norma, la ética o la ley, la masa se muestra irracional, regida por sus deseos inmediatos, salvaje. La masa es, para Freud, un fenómeno social que permite la liberación individual del peso de las normas sociales, una válvula de escape de la presión civilizadora. Concede especial importancia a los lazos afectivos en la articulación de la masa y la vincula con la cultura popular en su vertiente creativa.

.- **Ortega y Gasset**, en su artículo *Masas* (1926) y en la conocida obra *La rebelión de las* masas (1930), plantea ya abiertamente la masa como una patología social de su tiempo. Fuertemente individualista, influido por el vitalismo de Nietzsche y por el elitismo racionalista, Ortega y Gasset traza un perfil desolador del hombre-masa (aislado, carente de autoestima, anónimo, conformista, pasivo, sin cualificación intelectual). Anticipa el poder de la masa y presiente las convulsiones sociales que agitarán la Europa de las dictaduras de masas.

.- Después de leer a Freud y a raíz de sus propias experiencias entre 1925 y 1940, **Elías Canetti**, ensayista y dramaturgo alemán de origen judío, Premio Nobel de Literatura en 1981, gesta entre 1925 y 1960 la que será una obra de referencia en las reflexiones en torno a la masa: *Masa y Poder*.

.- A diferencia de Freud, que vincula la masa al *Eros*, Canetti la vincula estrechamente con el concepto de *poder*. Si Freud había perfilado la masa como una regresión a 'la horda primitiva', Canetti la dibuja como estrechamente vinculada al orden social

desde el origen mismo de la especie humana (la caza, la defensa, la conquista, la fiesta, la justicia, la religión).

.- Distingue así entre diversas formas de masa: **La masa de guerra** (heredera de los fenómenos sociales vinculados a la caza, la defensa y la conquista), **la masa de acoso** (relativa a los fenómenos de persecución), **la masa de inversión** (movimientos espontáneos de inversión de las estructuras de poder social), **la masa festiva** (que surge en torno al disfrute colectivo) o **la masa de lamento** (configurada en torno a la conciencia del sufrimiento colectivo respecto de un elemento externo).

.- En su análisis de los fenómenos de masas, Canetti se aproxima a las religiones como fenómenos de masas. Así, identifica a la religión judía con la masa de lamento, mientras caracteriza a las religiones cristianas con las masas de inversión. Canetti plantea, de hecho, que el orden religioso, artístico y estético del barroco anticipan algunos aspectos de nuestra actual sociedad de masas.

.- Por otra parte, el siglo XX aparece definido como un paso del predominio de las masas agresivas (de guerra o de acoso) al predominio de las masas no agresivas (fundamentalmente, la masa festiva).

.- A partir la década de los años 30 el fenómeno de la masa se generaliza hasta convertirse en un rasgo definitorio de las sociedades desarrolladas occidentales: las sociedades de masas.

.- A partir de ese momento, y tras la Guerra Mundial, los orígenes políticos e industriales de la masa, que habían suscitado por igual los recelos elitistas y las esperanzas revolucionarias de la izquierda, sufren una radical transformación, fundamentalmente debida a:

a) El paso de la economía industrial a la economía de consumo
b) El auge de los nuevos medios y espectáculos
c) La experiencia traumática de la II Guerra Mundial y la polarización de la Guerra Fría

.- La masa deja de verse como un posible enemigo del orden establecido y se concibe como un efecto perverso de ese mismo orden, ya sea este caracterizado por su naturaleza económica (capitalismo de consumo), tecnológica (mecanización de la vida social en las grandes urbes) o social (narcisismo, nihilismo, hedonismo).

.- Surgen así las voces críticas de la Escuela de Frankfurt y de los deterministas tecnológicos, que coinciden desde argumentos diversos en una misma idea: la transformación social inaugurada por la masa, más allá de constituir una transformación económica y de las formas de vida, es, ante todo, una profunda ***transformación cultural***. El objeto de análisis no es, pues, ya la sociedad de masas como fenómeno visible, sino la cultura en que esa sociedad resulta posible, la cultura de masas.

2. CULTURA DE MASAS Y MEDIOS DE MASAS

2.1. El conflicto de la cultura de masas: apocalípticos e integrados

.- Desde el Renacimiento se había asentado en Europa una distinción entre "cultura de élite" (el arte y la cultura de las clases altas) y "cultura popular" (las tradiciones y expresiones culturales del pueblo llano).

.- **La cultura de élite o 'alta cultura'** venía a corresponder con la cultura formalizada y reconocida como tal, expresada en las obras de arte, y caracterizada por la autoría reconocida, el refinamiento, el prestigio social, la codificación intencional de las formas y recursos, y el valor político. Las primeras tecnologías de la comunicación (el pergamino, el papel, la imprenta) y las tecnologías de la expresión artística aparecen asociadas a la cultura de élite y contribuyen a configurar la cultura letrada, fundamentalmente basada en la escritura, que caracteriza la historia de Occidente.

.- **La cultura popular o 'baja cultura'** venía corresponder con el inmenso territorio de la tradición, donde confluyen los usos sociales del pueblo, los relatos orales, los ritos populares, la artesanía y la música popular, etc. Constituye la expresión de identidad de grupos sociales más o menos diferenciados y forma estrechamente parte de su vida cotidiana. Se caracteriza por el anonimato, la espontaneidad, la codificación no intencional de las formas y recursos, la ausencia de prestigio social o valor político, su naturaleza esencialmente pragmática y oral, la ausencia de refinamiento o abstracción, etc.

.- Si bien durante la **Edad Media** se desarrolla una intensa convivencia entre ambas formas culturales, el **Renacimiento** y, después, la **Ilustración**, plantean una marcada distinción así como una ruptura entre ambas. La época del **Barroco**, en especial en el contexto de **la Reforma y la Contrarreforma**, constituye una excepción a esta dinámica de separación entre lo culto y lo popular. En el Barroco la cultura de élite bebe de las fuentes inspiradoras de la cultura popular y, al mismo tiempo, la cultura popular se enriquece imitando y, en ocasiones, parodiando, las formas de la cultura de élite. Finalmente, el **Romanticismo** se perfila precisamente como un movimiento de reencuentro o de fusión: la cultura de élite se apropia de los temas y las formas de la cultura popular y ésta, en el contexto de las revoluciones nacionalistas y del despertar de los estados-nación, adquiere un importante valor político y social.

.- El desarrollo de las nuevas formas de vida urbana y la aparición de la masa a finales del siglo XIX introduce importantes cambios en esta dinámica cultural. Paralelamente la aparición de nuevos medios de expresión, como la fotografía, el cine, la prensa, la radio o la TV da lugar a un nuevo ámbito cultural que se caracterizaba por la amplitud de su público y por la aparición de nuevos géneros, soportes, temas y lenguajes estéticos.

.- Con la industrialización de las formas de expresión a través de las tecnologías de la comunicación y las tecnologías de la expresión artística, la forma de la cultura en el paso del siglo XIX al XX se transforma radicalmente. La obra de arte deja de ser algo

singular, irrepetible, y pasa a adquirir un valor económico. En función de la 'reproducibilidad' y del valor económico de sus productos en las nuevas condiciones del mercado, tanto la cultura de élite como la cultura popular resultan por primera vez accesibles a un público masivo.

.- Sin embargo, el sujeto masa no se parece en nada a los sujetos sociales que habían caracterizado a las formas culturales anteriores: el individuo en el caso de la cultura de élite, el grupo o la comunidad en el caso de la cultura popular. El sujeto masa impone unas nuevas condiciones al producto cultural, que se resumen en una democratización del gusto y una naturaleza paradójica en cuanto a su valor social (uniformidad e individualización).

.- La propia dinámica del mercado, decisiva en la estructura de las nuevas formas de vida social, impone también nuevas condiciones a los productos culturales: la cultura debe seducir y, al mismo tiempo, debe aportar valor de cambio (el consumo de cultura como rasgo de identidad).

.- Nace así **la cultura de masas** como un proceso de absorción y transformación de la cultura de élite y de la cultura popular en las condiciones económicas y sociales de la sociedad de masas.

.- El factor decisivo de esta transformación es que *en la cultura de masas se unifican lo cultural, lo tecnológico-industrial y lo económico*: con la cultura de masas nace el "consumo" de cultura y **la industria cultural**. Esta economización, junto con la estandarización consecuente, de la esfera cultural será fuente de frecuentes críticas.

.- La economización de la cultura en la sociedad de masas propicia, además, una *politización de la cultura*. En la sociedad de masas la cultura pasa a ser un valor de identidad social y un aspecto importante de la vida social, al tiempo que parte de una industria cada vez más importante, de modo que el Estado comienza a intervenir en la cultura en términos de garantía (subvenciones, fundaciones, políticas de desarrollo cultural, etc.) y de control.

.- La función de los medios de comunicación en este contexto es doble: como *productores* y como *difusores* de cultura de masas.

.- De acuerdo con Edgar Morin, la cultura de masas define un ámbito social de intercambio simbólico caracterizado por el mestizaje de elementos contradictorios o paradójicos:

RASGOS GENERALES DE LA CULTURA DE MASAS		
PRODUCCIÓN	**CONTENIDOS**	**CONSUMO**
Valor económico/Valor estético Uniformización/Singularización Repetición/Novedad Personalizada/Anónima	Fantasía/Realismo Emoción/Racionalidad Proximidad/Distancia Espontaneidad/Planificación	Individual/Colectivo Local/Global Pasado/Presente Personalizado/Anónimo

.- Para retratar el intenso debate surgido en torno a la cultura de masas, Umberto Eco acuñó en los años 60 los términos "apocalípticos" e "integrados". **Apocalípticos** serían aquellos autores o corrientes de pensamiento que consideran que las nuevas formas culturales suponen el fin de la cultura entendida en los términos del humanismo clásico y plantean una visión negativa de la cultura de masas, mientras que **integrados** serían aquellos autores que consideran la cultura de masas como un nuevo ámbito de expresión que no tiene por qué destruir los anteriores, sino que puede enriquecerlos y, en consecuencia, plantean una visión positiva de la cultura de masas.

.- Entre las corrientes de pensamiento y autores vinculados a una u otra visión cabe, de forma orientativa, destacar los siguientes:

APOCALÍPTICOS	INTEGRADOS
Conductismo Escuela de Chicago **Escuela de Frankfurt** T. Adorno Horkheimer H. Marcuse W. Benjamin J. Habermas Otros **Estructuralismo** R. Barthes **Deterministas tecnológicos** H. Innis J. Ellul P. Virilio **Estudios culturales, ecología y sociología de los media** R. Williams R. Hoggart E. P. Thompson S. Hall N. Postman P. Bourdieu J. Baudrillard G. Sartori **Marxismo y economía política de la comunicación** H. M. Enzensberger H. Schiller A. Mattelart N. Chomsky Otros	**Funcionalistas** Mass Communication Research **Deterministas tecnológicos** M. McLuhan (en su primera etapa) Walter Ong D. De Kerckhove **Sociología de los media** E. Morin J. B. Thompson D. Wolton Otros **Semiótica y estudios culturales** U. Eco Stevenson Otros

.- El debate entre apocalípticos e integrados se extiende hasta nuestros días y puede resumirse en dos visiones contrapuestas de la cultura de masas que incluyen los siguientes aspectos:

VISIONES CONTRAPUESTAS DE LA CULTURA DE MASAS	
APOCALÍPTICOS	**INTEGRADOS**
• Degradación del gusto • Audiencia pasiva • Estandarización • Manipulación y control • Superficialidad y simplificación • Utilización de la carga emotiva • Predominio de los valores y motivaciones económicos • Sustitución del mundo social • Colonización cultural • Opacidad • Perpetuación de valores de clase • Planificada e impuesta desde las clases dominantes	• Democratización de la cultura • Audiencia participativa • Diversificación • Creatividad • Amplitud temática y conceptual • Intensidad • Aparición de nuevas formas de expresión cultural • Globalización e intercambio cultural • Mestizaje • Accesibilidad • Transformación radical • Desarrollo espontáneo desde la propia dinámica social

.- La cultura de masas fue fuertemente criticada en los años 50-70 por los pensadores europeos, especialmente por la Escuela de Frankfurt y la tradición marxista, que veía en ella una *superestructura* destinada a garantizar la pervivencia de los mecanismos de poder característicos del modo de producción capitalista (así, por ejemplo, Althusser habla de "ideología de medios" y Gramsci de "hegemonía de medios").

.- Sin embargo, las primeras definiciones de cultura de masas por oposición a "alta cultura" (Wilensky) han quedado obsoletas: en nuestra sociedad la "alta cultura" tanto como la producción mediática e incluso la "cultura popular" (basta pensar en el folk, el turismo rural, etc) son ya un producto industrial, objeto de procesos económicos y políticos y difundida, evaluada y calificada por los propios medios de comunicación: al tiempo que se tiende a "elitizar" productos culturales de masas, se 'popularizan' los productos culturales de 'élite'.

.- Así, conviene insistir en que la cultura de masas es posible gracias a:
(A) La consolidación del sujeto-masa
(B) La producción industrial de la cultura (reproducción mecánica y tecnologías de la transmisión)
(C) La comercialización masiva (marketing, globalización, etc).

2.2. Los sujetos sociales en la cultura de masas

.- La cultura de masas se caracteriza por una tensión constante entre: Individuo/Masa, Razón/Pasión, Contención/ Exceso. En lo relativo a los sujetos sociales, la cultura de masas oscila en una relación contradictoria entre la individualidad exaltada (individualismo) y la colectividad consagrada (masa).

.- Las ideas de *deseo* y *placer*, apuntadas por el psicoanálisis, constituyen el nexo entre los extremos opuestos de lo individual y lo masivo: la cultura de masas es una cultura orientada desde, por y para el disfrute. De ahí que numerosos autores hayan llamado

la atención sobre la doble crisis de la identidad individual y colectiva en la cultura de masas: el individuo se disuelve en la masa, que, al mismo tiempo exalta la singularidad individual (en una dinámica próxima a la lógica contradictoria del 'ser como todos para ser diferente' o 'ser diferente para ser como todos').

.- Desde las aportaciones de la Escuela de Frankfurt y de la *Media Ecology*, los sujetos sociales en la cultura de masas aparecen caracterizados por:

a) Nihilismo:
.- La sensación de 'irrealidad' permanente, característica de las sociedades mediáticas, junto con su permanente orientación hacia el presente (incluyendo la 'presentización del futuro') redunda en una conciencia latente de 'falsedad de las cosas'. El resultado es la sensación de vivir en una lógica permanente del 'como si': el orden político, la cualificación profesional, las interacciones cotidianas, etc., parecen funcionar como apariencias de lo que deberían ser.

b) Hedonismo:
.- La economización del mundo social y el desarrollo de la economía de consumo en el contexto del ocio como valor hacen posible una profunda reorientación de la vida cotidiana del individuo hacia el deseo o el disfrute. De hecho, de acuerdo con autores como J.P. Dupuy, el papel de cohesión social que juega la masa en el contexto contemporáneo de la economía de consumo aparece estructurado conforme al principio de la envidia ('el deseo del deseo del otro').

.- La capacidad del disfrute ha supuesto, como señala Rifkin, una transformación en el orden económico caracterizada por la pérdida de importancia de la propiedad como rasgo de identidad social a favor del 'acceso': ya no sólo se comercializa la propiedad de los productos como condición para el disfrute de sus cualidades o ventajas, sino que se comercializa directamente su uso, el acceso a su disfrute.

.- Por otra parte, el imperio del disfrute y el 'presentismo' o la tiranía de la inmediatez característicos de la cultura de masas han propiciado la extensión de la lógica del espectáculo a la práctica totalidad de los géneros y productos culturales y/o comunicativos.

c) Narcisismo:
.- Precisamente la redefinición de la individualidad en torno al consumo y el placer han propiciado la extensión del narcisismo como forma de vida social. En palabras de Gilles Lipovetsky (1986:127):

> «…el narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo. En el momento en que el 'capitalismo' autoritario cede el paso a un capitalismo hedonista […] acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario a nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales que coexistía aún con el reino glorioso del *homo economicus*, de la familia, la revolución y el arte. Emancipada de cualquier marco trascendental, la propia esfera privada cambia de sentido, expuesta como está únicamente a los deseos cambiantes de los individuos».

.- La cuestión del narcisismo como característica del individuo en la cultura de masas aparece, a su vez, estrechamente ligada con la disolución de sujetos sociales e

instancias de socialización intermedia entre el individuo y la colectividad (desestructuración de los grupos primarios en función del individuo).

d) Formalización:
.- La uniformidad y la estandarización de las formas expresivas aparece como un requisito característico de la cultura de masas. Este aspecto, unido al de la difusión masiva provoca una formalización de los relatos e imágenes a través de las cuales los individuos y las colectividades reflejan su identidad. Un síntoma característico de esta formalización lo encontramos en la importancia creciente de los estereotipos, los esquematismos y las simplificaciones, que finalmente se convierten en requisito de la difusión mediática: si algo no es simple, accesible o esquemático, no es difundible.

e) Pasividad:
.- Una de las características distintivas de las masas festivas (configuradas en torno al disfrute espectacular) tanto como de la individualidad narcisista es la pasividad. La concepción del mundo como un contexto de oportunidad para el disfrute individual repercute en una creciente mitigación de la responsabilidad, de la conciencia de participación y colectividad que, entre otros aspectos, plantea una importante crisis de la concepción comunitaria del orden social y una creciente suspicacia con respecto al control y la manipulación.

f) Aislamiento:
Román Gubern (2000) habla de 'claustrofilia' para referirse a la dinámica social derivada del individualismo narcisista que redunda en un creciente papel de la mediación tecnológica de las interacciones entre individuos en detrimento de la socialidad cotidiana. La paradoja de la sociedad globalmente interconectada es que sus individuos se aíslan unos de otros. Por otra parte, esos mismos desarrollos tecnológicos facilitan la implosión de los espacios públicos en los espacios privados: la habitación se convierte, a través del ordenador o de la televisión, en una cafetería, un foro político, una biblioteca, un museo, un salón de juegos o un centro comercial.

g) Pérdida de autenticidad: el simulacro y la lógica del 'como si'…
.- La sensación de pérdida de autenticidad es característica del desarrollo de la cultura de masas (y, por extensión, de los medios de comunicación) y, en términos generales, se trasluce en una divergencia entre la praxis y la norma o, en palabras de Baudrillard y Safranski, en la instauración de una "lógica del '*como si*'". El problema de la pérdida de autenticidad aparece estrechamente relacionado con la cuestión del nihilismo (nada es lo que parece ser, o lo que se dice que es) así como con la naturaleza fuertemente formalizada (tipificada) de las formas de vida social. Se explicita, por ejemplo, en la profusión de contraproductos: medios de comunicación que aíslan, tecnologías del transporte que paralizan, sistemas democráticos que inhabilitan la voz del ciudadano, etc. En la práctica cotidiana, el sociólogo Jesús Ibáñez ilustra esta cuestión de la forma siguiente: 'cuando una bebida es "100%" natural, damos por sentado que se trata de una bebida artificial; cuando un alimento es 'fresco y natural' damos por sentado que el concepto incluye la dosis correspondiente de conservantes y colorantes'.

.- En el terreno de los medios de comunicación, el problema de la pérdida de autenticidad atañe directamente a los códigos de representación de la vida social y, en consecuencia, involucra algunos de los puntos siguientes: la fusión realidad/ficción, el simulacro y el hiperrealismo (Baudrillard), la hipervisibilidad (Imbert). En los medios de

comunicación, el problema de la pérdida de autenticidad se halla también estrechamente vinculado con la progresiva espectacularización de sus productos, así como con la creciente redundancia y autorreferencia característica de éstos.

h) Fusión realidad/ficción

.- La fusión entre las categorías de realidad y ficción en la cultura de masas y en los medios de comunicación tiene como base una dinámica inicial de exprotación/importación de códigos expresivos: desde los años 50 y de forma creciente, se experimenta con géneros realistas que incorporan códigos expresivos ficcionales y, a la inversa, géneros ficcionales que incorporan códigos expresivos realistas. Paralelamente, los avances tecnológicos y la deriva de la producción hacia lo espectacular desplazan, como ha señalado Darley, la atención y el interés del contenido o el significado a la técnica de producción, a la factura.

.- Se produce así una creciente hibridación de géneros y códigos expresivos que conduce a una homogeneización del imaginario sociocultural: los signos y códigos (imágenes, montaje, etc…) que se utilizan en la presentación de la realidad cada vez se parecen más a los que se utilizan en la representación de la ficción.
Por otra parte, la convergencia estratégica, tecnológica y semántica de los dispositivos de producción de la cultura de masas favorece, como veremos, la aparición de productos comunicativos globales, que se insertan en la vida cotidiana de los usuarios en múltiples niveles y ritos sociales, propiciando de forma exponencial una constante cultural de las sociedades occidentales desarrolladas: la realidad forma parte de la ficción tanto como la ficción forma parte de la realidad.

i) Hipervisibilidad

.- El desplazamiento de la fuerza expresiva del significado a la técnica de representación (del fondo a la forma), especialmente relevante a partir de la configuración de la cultura de masas como una cultura eminentemente visual, así como el narcisismo y el hedonismo característicos del sujeto social en la cultura de masas asientan lo que González Requena y Gonzalo Abril han señalado como una *cultura de la pulsión escópica*. La imagen se convierte en signo intrínseco de presencia y, en el contexto de la economía de consumo, asume el protagonismo como canal de desarrollo de la dinámica del deseo: ver equivale a hacer y a ser.

.- La compulsión del ver, asociada por algunos autores con el voyeurismo, invade los espacios privados y los ritos íntimos de la vida social, extiende el foro público más allá de sus fronteras normativas y plantea serias cuestiones en relación a la identidad individual y colectiva.

2.3. El papel de los medios en la cultura de masas: de la sociedad de masas a la sociedad del espectáculo

.- Los medios de comunicación constituyen a la vez:

- ***El producto institucional emblemático de la cultura de masas***:

.- Tanto desde la perspectiva tecnológica, como desde la dimensión empresarial, organizativa, productiva y estética, los medios de comunicación tal y como hoy los

conocemos no serían posibles en otro contexto cultural que no fuera la cultura de masas.

.- En este sentido, los medios de comunicación son un resultado de la dinámica propia de la cultura de masas que, además, condensa los caracteres típicos que la definen: los medios de comunicación constituyen el principal crisol de mezcla entre lo económico (producción, planificación, comercialización de servicios y valores), lo tecnológico (hasta el punto de que, cada vez con más frecuencia, confundimos los dispositivos tecnológicos de la comunicación y la información con los usos sociales de la comunicación y sus formas y géneros), lo práctico (la capitalización del valor de la imagen y/o de la información como herramienta de gestión, organización y poder) y lo cultural (la difusión de productos culturales, de valores, de estilos, estéticas y visiones del mundo social, desde los niveles más cotidianos y anecdóticos, hasta los principio identificativos de las formaciones culturales).

- ***La condición de posibilidad y principal motor de la cultura de masas:***

.- Por la naturaleza masiva de la difusión de sus productos y servicios y por la naturaleza universal y estandarizada de sus formas de organización, gestión y producción, los medios de comunicación juegan un importante papel en el desarrollo y consolidación de la cultura de masas.

.- Por esta razón, la cuestión de la globalización no es sólo una cuestión económica, sino profundamente sociocultural, debido a lo cual se asocia con frecuencia a los medios con la dinámica de homogeneización cultural característica de las sociedades desarrolladas contemporáneas.

.- Una de las cuestiones que con más insistencia se plantea en los últimos años en el ámbito de los estudios sobre el impacto sociocultural de los medios es, precisamente, que la complejidad y estrecha interrelación de los elementos que componen el fenómeno de la cultura de masas demanda cada vez más una redefinición de la concepción del 'medio de comunicación'. Una redefinición que, precisamente, parte de la constatación de que los medios de comunicación nunca han constituido (y ahora menos que antes) un fenómeno social aislado, ni tampoco un fenómeno social únicamente conceptualizable en función de la mera 'transmisión de información'. Las principales líneas de argumentación en torno a esta reflexión pueden condensarse en las siguientes:

a) **Convergencia tecnológica:**
   Los desarrollos tecnológicos presuponen e implican una integración cada vez mayor de los contenidos y de los procesos de producción, hasta el punto de que, en el terreno de las nuevas tecnologías de la comunicación, se vaticina una desaparición de la concepción tradicional del medio (basada en el soporte tecnológico). Algunos autores, en el contexto de las NTC, denominan a este proceso 'mediamorfosis' (Fidler) y hablan ya de 'metamedios' que fusionen las capacidades y recursos de la prensa, la radio y la televisión.
b) **Industria cultural:**
   Los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) forman ya parte indisociable de la industria cultural: se nutren de sus productos, participan en la gestión, producción y difusión de sus contenidos y, en última instancia, se integran en las estrategias productivas y comercializadoras de las industrias culturales. Con la excepción cada vez más relativa de la prensa, los medios

tradicionales operan genéricamente como medios de producción y difusión de productos básicamente orientados al entretenimiento.

c) **Concentración y globalización económico-cultural:**
El proceso de concentración e integración empresarial no sólo atañe a los grandes conglomerados de la industria cultural (editoras, distribuidoras, productoras, emisoras, consultorías, prospección de mercados, etc.), sino que se extiende a la alianza entre contenidos y tecnología de transmisión, de tal modo que, a la postre, los medios tradicionales se disuelven en el catálogo general de 'dispositivos de producción de la industria cultural', cada vez más caracterizado por la concentración, la transnacionalidad y la globalización.

.- A partir de esta dinámica, y en el contexto de estudio de la dinámica sociocultural de las sociedades occidentales contemporáneas, se hace necesaria una concepción laxa del 'medio de comunicación' que:

a) Exceda los límites conceptuales del medio como soporte técnico de contenidos y de los contenidos como transferencia de información. Los medios de comunicación, como los demás elementos productivos de la cultura de masas, constituyen básicamente mecanismos de producción de identidad, tanto para los sujetos sociales individuales como para los colectivos (familia, grupo, comunidad, etc).
b) Sea coherente con la estrecha interrelación existente entre todos los dispositivos de producción, organización y difusión de la cultura de masas.

.- Así, al hablar de medios de comunicación en el contexto de la cultura de masas, habremos de tener en cuenta la conexión entre prensa, radio y televisión con todas aquellas formas de producción que contribuyen coordinadamente a la producción de identidad: videojuegos, moda, turismo, cine, cómic, juguetes, literatura de consumo, música de consumo, etc.

.- Tradicionalmente se ha abordado la conexión entre medios de comunicación, sociedad y cultura bajo la ***perspectiva cognitiva***, planteándose como principio general que, a través de su producción informativa, en primer lugar, y de su producción de entretenimiento, en segundo lugar, los medios proporcionan importantes recursos a los sujetos sociales a la hora de configurar una idea general del mundo social. En resumen, el enfoque dominante es el que se aproxima a los medios de comunicación como una suerte de 'ventana' privilegiada al mundo social, o como si se tratara de los 'sentidos' a través de los cuales la sociedad puede observarse a sí misma. Evidentemente este enfoque se encuentra estrechamente ligado con:

a) La concepción predominantemente informativa de los medios
b) La concepción de los medios como servicio público

.- Sin embargo conviene a este respecto constatar que:

a) La gran mayoría de los contenidos mediáticos no son informativos, sino persuasivos y de entretenimiento.
b) Los medios de comunicación son empresas sometidas a la dinámica del mercado de consumo de masas y cuyo principal capital lo constituyen sus audiencias.
c) La tendencia de los medios es cada vez más la de la auto-referencia, tanto en el terreno del entretenimiento como en el terreno de la información ("los medios hablan de lo que se habla en los medios").

.- Teniendo en cuenta estos factores, junto con la creciente orientación de los productos en general de la cultura de masas hacia todo aquello que tiene que ver con la emoción, la intensidad, la experiencia inmediata y el disfrute del espectador, algunos autores plantean que la forma característica de las sociedades en la cultura de masas desde la segunda mitad del siglo XX es la de una ***sociedad del espectáculo***.

.- De tal modo que la función de representación del mundo social que realizan los medios (es decir, la mediación cognitiva), se lleva a cabo cada vez más a través de contenidos de naturaleza espectacular y cada vez menos a través de contenidos de naturaleza informativa.

.- El principal argumento a favor de esta perspectiva es el de la constatación de una progresiva espectacularización de los contenidos producidos por los medios de comunicación (González Requena, 1995) así como su cada vez más estrecha vinculación con otros productos de naturaleza espectacular de la cultura de masas contemporánea, hasta configurar lo que algunos han denominado 'productos comunicativos globales'.

.- Antes de considerar en qué medida tiene lugar esa progresiva espectacularización de los contenidos mediáticos conviene detenerse en el concepto mismo de espectáculo y en aquellos rasgos que lo caracterizan.

.- En términos generales la ***idea de espectáculo*** aparece asociada a la dinámica de deseo y satisfacción por la vía de la fascinación. La idea de espectáculo entronca así directamente con aquellos rasgos de la cultura de masas relativos al disfrute, el hedonismo y el narcisismo, así como con la esencia de la economía de consumo masivo.

.- El espectáculo consiste en esencia en la capacidad de fascinar a través de la exhibición de la capacidad de satisfacer un deseo. En términos expresivos, el espectáculo implica, entre otros aspectos:

a. Fascinación
b. Ausencia de perspectiva temporal: es momentáneo e inmediato
c. Implicación del espectador: el espectáculo opera sobre la interpelación constante, sobre el principio de participación del público.
d. Pasividad: para el público del espectáculo ver es hacer, estar es participar.
e. Desplazamiento del significado por la técnica de realización: la fascinación del espectáculo no se basa tanto en el qué, sino en el cómo de la producción y realización de los contenidos.
f. Simplicidad y esquematismo.
g. Base experiencial: el espectáculo apela a y se constituye en experiencia directa del público. Más que contemplarse, el espectáculo se 'experimenta', se 'vive'.
h. El espectáculo, por tanto, se funda en la emoción inmediata del espectador.
i. La vivencia espectacular es esencialmente transferible a otros ámbitos de la experiencia cotidiana como marco de interpretación: podemos 'vivir' nuestras experiencias de forma espectacular.

.- Sobre la base de estas premisas, es ciertamente posible argumentar que tanto los contenidos informativos, como los contenidos persuasivos (publicidad) y, por supuesto, los contenidos de entretenimiento asumen cada vez con mayor frecuencia la forma del espectáculo.

3. LA COMUNICACIÓN COLECTIVA: LÍNEAS DE EVOLUCIÓN

3.1. La masificación de los medios

.- No todos los medios de comunicación surgen originariamente como medios de masas. A diferencia de la radio y la televisión, que nacen diseñados para la difusión masiva, el caso de la prensa y, en cierta medida, también de Internet y las nuevas tecnologías, nos presenta una trayectoria de masificación progresiva.

.- En el caso de la prensa, su naturaleza originariamente no masiva, sino más bien elitista, responde fundamentalmente a dos caracteres:

.- Su *naturaleza esencialmente informativa*:
Es interesante, pues, constatar, que, es precisamente en aquellos medios característicamente informativos en los que podemos encontrar un origen no masivo, es decir, en cierto modo ajeno a la cultura de masas.
La importancia originaria de la prensa como medio, reside así, originariamente en su capacidad de proporcionar información a individuos-ciudadanos que participan racional, consciente y responsablemente de la vida pública de su entorno.
Originariamente, además, la prensa no es espectáculo, sino más bien participación activa en la vida pública.
Cabe, evidentemente, constatar la excepción de una prensa 'espectacular' ya en el siglo XVIII, continuadora de una cierta tradición cultural medieval que desarrolla el gusto por lo insólito, lo imposible, lo escandaloso o lo exótico.

.- Su *vinculación con la cultura ilustrada*:
La prensa recibe su carta de identidad de aquella misma cultura ilustrada que había situado al individuo racional en el corazón de la estructura y el funcionamiento de la sociedad.
Es una sociedad formada por individuos racionales, que toman decisiones autónomas y responsables, la que convierte la información en un elemento valioso de la vida social.
Ese rasgo cultural otorga a la prensa un cierto carácter elitista que se mantiene aun en el contexto de la cultura de masas.

.- La perspectiva que antes denominábamos 'cognitiva' de la concepción tradicional de los medios de comunicación tiene, evidentemente, mucho que ver con la identidad originaria de la prensa como medio de élite, como institución ilustrada y como medio esencialmente informativo.

.- Los factores que determinan la masificación de la prensa como fenómeno comunicativo son, de forma resumida:

1. El desarrollo tecnológico
2. La evolución de la dinámica social (democracia participativa y economía de consumo)
3. La configuración de la información y los contenidos como producto de mercado (con la consiguiente competencia por la captación de audiencias y el alejamiento del modelo de servicio público).

.- El hecho de que los restantes medios de comunicación (fundamentalmente la radio y la TV) aparecieran una vez convertida la prensa en medio de masas, es decir, una vez instaurado el medio de masas como institución socialmente relevante, determina que:

a. Aparecieran como desarrollos tecnológicos de las carencias de la prensa en tanto que medio de masas (actualidad, inmediatez, sustitución de los códigos lectores por los sensoriales).
b. Desarrollaran originariamente sus contenidos en ámbitos no estrictamente informativos (persuasión, entretenimiento, etc.).

.- En este sentido, al igual que ocurre en el ámbito del cine, de la literatura, la música y otros productos culturales, el proceso de masificación de los medios de comunicación corre parejo a un proceso de progresiva espectacularización de sus contenidos.

3.2. La evolución de la prensa, la radio y la TV

.- Obviamente el proceso de masificación de los medios de comunicación coincide parte de los orígenes de la sociedad de masas y se desarrolla con la consolidación de la cultura de masas.

.- Por lo que respecta a ***la prensa***, podemos situar en el cambio del siglo XIX al XX el punto de inflexión en su proceso de constitución como medio de masas. Los cambios sociales introducidos por la industrialización, la urbanización y la modernización produjeron las condiciones idóneas para que la prensa abandonara su elitismo originario. Los desarrollos tecnológicos en la transmisión (el telégrafo y, después, el teléfono) y en la producción (linotipia, fotografía, abaratamiento del papel) permitieron abaratar considerablemente el coste final del periódico y, con ello, hacerlo accesible a las amplias poblaciones urbanas. Al mismo tiempo, el desarrollo político y las propias condiciones de vida urbana imponían un dinamismo y una complejidad en la que la información adquiría un valor intrínseco.

.- El abaratamiento de las ediciones permitió multiplicar exponencialmente las tiradas de los periódicos y, con ello, llegar a un número mucho mayor de personas. La amplitud del público, a su vez, impuso a la prensa las condiciones que acabarían por ser características de los medios de masas: estandarización de los contenidos, organización de la producción, orientación económica de la captación del interés del público. Acostumbra a citarse el caso de Joseph Pulitzer y el World, y de William R. Hearst y el *San Francisco Examiner* como exponentes de la primera prensa de masas, fuertemente vinculada al nacimiento del llamado 'periodismo amarillo' y caracterizada por su condición de negocio altamente lucrativo basado en la implicación emocional de los públicos.

.- En la década de 1890 apareció un periodismo barato y de tiradas multitudinarias, orientado al consumo e información de las clases medias y populares. Por comparación con la prensa anterior -de tiradas cortas, precios altos, información densa y limitada, tipografía poco resaltada y sin apenas información gráfica-, el periodismo de masas se configuró como una prensa poco literaria, sensacionalista, poco escrupulosa e incluso irresponsable. Su contenido se compuso de noticias mundiales espectaculares, reportajes sobre escándalos políticos y sociales, sexo, crímenes (algo que anticipó el apasionado interés que en su día suscitaron los asesinatos de Jack el destripador y el éxito de la serialización de Sherlock Holmes) y poco después, los deportes. El nuevo periodismo explotó, pues, la excitación del momento. Contribuyó, de esa forma, a crear un clima de apasionamiento por la vida pública. La aparición del periodismo de masas resulta así inseparable del nacimiento de la opinión pública moderna (Habermas).

.- ***La radio*** se suma en la década de 1920 a esta dinámica iniciada por la prensa de masas, añadiendo el valor añadido de la inmediatez y de la proximidad. El uso de la voz y los efectos alcanzaron un potencial realista, espectacular y persuasivo insólito para el momento. La radio jugaría así un papel crucial en las convulsiones políticas de la primera mitad del siglo XX y en su época dorada, durante los años 30, se convierte de plenos derecho, junto con el cine, en una de las principales instituciones de la cultura de masas. No por casualidad, la radio comenzó a transformar las rutinas sociales (familiares, laborales, de ocio, etc.) en una forma que sólo sería superada por la televisión.

.- Con la consolidación de la radio como institución social y cultural se plantean ya en la primera mitad del siglo XX (si bien en sus orígenes con una instrumentalización abierta y explícitamente política) algunos de los rasgos dominantes del medio de comunicación colectiva en la cultura de masas de nuestros días:

1. Configuración del medio como un sujeto social autónomo (institución)
2. Interlocución directa con el público
3. Principal fuente de representación del mundo social (valores, rutinas, anécdotas, informaciones, perspectivas, orden de relevancia, etc.).
4. El espectáculo como forma de interacción dominante (relatos noticiosos, dramatizaciones, música, divulgación, radionovelas, publicidad, etc.).

.- ***La televisión*** constituye el colofón de la intersección entre medios de comunicación y cultura de masas, enfatizando, asentando y ampliando los rasgos comunicativos apuntados ya por la radio. Además de incrementar las audiencias masivas de la prensa y la radio, de profundizar en el valor de instantaneidad y co-presencia del público que había inaugurado la radio como medio de masas, la TV introduce de lleno a las sociedades occidentales desarrolladas en la cultura visual.

.- Sin embargo, tampoco el medio televisión ha estado exento de una trayectoria evolutiva en la cultura de masas. Sus orígenes se caracterizan por una dependencia discursiva tanto de la radio como del cine documental. Originariamente la televisión se concibe a medio camino entre una 'radio visual', con abundancia de locuciones en primer plano y plano medio (los conocidos como 'bustos parlantes'), y un 'cine actualizado', con un predominio de la referencia histórica inmediata de naturaleza documental.

.- Frente a esta '***paleotelevisión***', caracterizada según Umberto Eco por la referencia externa (al mundo social), el predominio de la palabra y la estrategia de la divulgación y la formación de opinión, comienza en los años 70 a abrirse camino una nueva forma de televisión fuertemente determinada por sus condiciones técnicas y económicas (televisiones privadas y necesidad de amortizar las elevadas inversiones que requieren). Se configura así la denominada '***neotelevisión***' (Umberto Eco), que se caracteriza por:

a. La producción estandarizada y el desarrollo del marketing mediático
b. El predominio de lo visual como representación (en especial, como representación de la disposición emocional del espectador)
c. La seducción de los públicos como estrategia dominante
d. La autorreferencia y la auto-exhibición
e. Hipervisivilidad y omnipresencia
f. La interpelación y la implicación de los públicos

.- El discurso de la neotelevisión es ya plenamente un discurso espectacular. El lugar de la televisión como medio dominante plantea en este sentido una importante relación con la progresiva espectacularización del discurso de la cultura de masas. La evolución de la televisión contribuye, pues, de forma decisiva, en la configuración espectacular de los productos de la cultura de masas.

.- Con respecto a los medios de comunicación en general, la progresiva evolución de la información y la divulgación al espectáculo se traduce en una inversión de su lugar en el espacio sociocultural: pasamos de un contexto en el que los medios de comunicación representan la vida social a otro en el que la vida social representa la realidad de los medios.

.- El desarrollo de las nuevas tecnologías y los nuevos medios, aun aportando una conectividad y un valor de instantaneidad superiores a los de la TV, incorporan cada vez más la estructura espectacular que caracteriza a los medios en la cultura de masas.

3.3. La comunicación colectiva en la cultura de masas: los productos comunicativos globales

.- Partiendo de los planteamientos de autores clásicos como Miller y Janowitz en los años 70 (Vid. McQuail, 1991), pero sometiendo sus observaciones a la necesaria actualización, la institucionalización social y cultural del medio de comunicación de masas, implica:

1) La creación de *organizaciones complejas especializadas* sobre una *base tecnológica* de transmisión y difusión capaces de afrontar los *elevados costes* de la actividad comunicativa de masas.
2) La especialización en la *producción, creación y difusión de contenidos simbólicos* con un doble objetivo:
   a) *Semántico o de contenido*: establecimiento de una relación comunicativa con el público a través las diversas de posibilidades de uso simbólico de los contenidos (información, persuasión, entretenimiento, divulgación, formación, etc…).

b) *Estratégico*: captación del interés del público, fidelización y consolidación de la audiencia sobre cuya amplitud y conocimiento se fundamentos los recursos económicos del medios.

3) La difusión de los contenidos a un *público masivo, heterogéneo y disperso*, caracterizado por:
   a) Aislamiento
   b) Reducción al mínimo de los canales sensoriales implicados en la interacción comunicativa
   c) Ausencia de retroalimentación
   d) Constitución simbólica de la interacción comunicativa (la interacción comunicativa de masas 'simula' otras formas de interacciones comunicativas, como el arte o la interacción cara a cara)

.- Sobre estos supuestos se configuran típicamente los medios de comunicación generalistas (prensa de información general, radio y televisión generalistas). Sin embargo, la dinámica evolutiva de la cultura de masas y de la economía ha planteado importantes transformaciones, aún en desarrollo:

a) La primera de ellas, es sin duda la progresiva transformación de los medios de masas de instituciones estatales a medio camino entre el control y el servicio público a instituciones privadas en estricta dependencia de sus beneficios y, consecuentemente, del número y conocimiento de las audiencias.
b) La segunda, relacionada con la anterior, implica los desarrollos tecnológicos, el abaratamiento y mejora de las condiciones de producción y difusión de los contenidos y del conocimiento/control de las audiencias, y el consiguiente incremento de la competencia.

.- Como resultado, el mercado de la comunicación mantiene algunos de sus rasgos originarios, pero presenta también, al menos, dos importantes diferencias con aquellos medios generalistas con vocación de servicio público o de herramienta política de los orígenes:

a) En el entorno altamente competitivo de los medios, una de las opciones de supervivencia más eficaces es la de las alianzas estratégicas: la extensión y la vinculación de los productos mediáticos a/con los de otros medios y con otros productos de la cultura de masas garantiza una distribución de los riesgos y de los costes que, de otro modo, resultaría inviable.
b) Dado que el incremento y el control (conocimiento) de la audiencia constituyen la fuente esencial de recursos de la empresa mediática, la estrategia se diversifica de forma paradójica: No sólo se trata de captar la mayor audiencia posible, sino de captar también la audiencia adecuada. El conocimiento detallado de la audiencia del medio permite optimizar la publicidad e incrementar las tarifas de los espacios disponibles.

.- Como consecuencia de estos dos factores diferenciales, la producción de los medios se estructura de forma aparentemente paradójica:

a. Por un lado, en virtud de (a), hacia la concentración y el desarrollo de alianzas transnacionales y trans-sectoriales (contenidos y tecnologías)
b. Por otro lado, en virtud de (b), hacia la especialización temática y la individualización de los contenidos, de modo que se incrementen el valor añadido del servicio ofrecido, pero también el control y conocimiento de la audiencia. Evidentemente, la especialización temática y la individualización de los contenidos (que, aparentemente contradicen los supuestos de la

comunicación de masas) sólo son asumibles en términos de coste y de riesgo sobre la base de una amplia plataforma empresarial que permita distribuirlos, es decir, en virtud de (a).

.- El resultado, característico de la industria cultural y actualmente en proceso de expansión a otros ámbitos de la economía, implica:

c. Que los productos propiamente dichos constituyen un amplio y complejo entramado que atañe a una amplia gama de facetas de la vida del individuo/audiencia: un mismo producto se desglosa en multiplicidad de productos, susceptibles de ser utilizados y/o consumidos en una amplia gama de situaciones posibles de la vida cotidiana de un individuo.
d. Que el medio deviene producto de su propia actividad: las instituciones de la industria cultural son las primeras en asumir la comercialización de su imagen, sus valores como institución, su 'sello' y su 'modo de ver' el mundo social.
e. Que el principal producto de los medios como de las otras instituciones de la industria cultural es la imagen, la identidad del cliente, esto es, su público.

.- Como ha reflejado inmejorablemente Jeremy Rifkin (2000):

- «Lo único real es la relación con el cliente»
- «Ahora ya la idea no es producir masivamente productos, sino producir conceptos de uso masivo»
- «…no tienes que pretender vender un único producto a tantos clientes como sea posible. Por el contrario, tienes que intentar venderle a un único cliente tantos productos como sea posible, durante un largo período de tiempo y con productos de diferentes líneas o ámbitos»

.- Estas y otras premisas de la industria cultural en la cultura de masas contemporánea, como veremos, se traspasan a otros ámbitos de la economía por la vía de las aplicaciones tecnológicas.

4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA: LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA, SEMÁNTICA Y ECONÓMICA

.- Tal y como hemos ido apuntando, podemos resumir las tendencias evolutivas de los medios de comunicación colectiva en el contexto de la cultura de masas contemporánea conforme a tres grandes ejes de convergencia:

4.1. La convergencia tecnológica

.- El desarrollo tecnológico en torno a la producción, transmisión, difusión y consumo de contenidos comunicativos no es, en modo alguno, un fenómeno aislado de su contexto sociocultural ni tampoco un fenómeno heterogéneo o desorganizado.

.- Si bien los primeros desarrollos tecnológicos en torno a los medios de comunicación presentan una cierta naturaleza independiente y/o casual (el caso de la radio, la televisión o el propio Internet en sus concepciones originales), sus desarrollos posteriores no ha sido en absoluto azarosos. El punto de inflexión lo constituye sin duda la

denominada "sociedad de la información", es decir, el momento en que se toma conciencia plena del valor absoluto de la transmisión, almacenamiento y gestión de información.

.- A partir, por tanto, de la segunda mitad del siglo XX, y a medida que van surgiendo nuevos dispositivos tecnológicos para la transmisión y la difusión de contenidos, las líneas prioritarias de la financiación en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) tecnológicos es, precisamente, y por este orden, ***aplicabilidad*** (es decir, comerciabilidad)***, compatibilidad*** (posibilidades de combinación y transferencia de usos) y ***convergencia*** (concentración y multifuncionalidad de los dispositivos para diferentes usos y lenguajes tecnológicos).

.- No podía ser de otro modo si se tiene en cuenta el coste de inversión tecnológica en los entornos mediáticos y la radical incidencia que tiene la tecnología en la imagen pública y la producción del medio. La importancia es tal, que el desarrollo tecnológico se ha transferido no sólo a la faceta de ***organización y producción del medio***, sino que forma ya parte sustancial del ***consumo***, tanto por lo que respecta a la ***naturaleza de los contenidos*** (por ejemplo, en los efectos especiales y las posibilidades estéticas y expresivas derivadas de la tecnología) como de los ***ritos de consumo que implican al usuario*** (interactividad, instantaneidad, etc.).

.- La configuración de la tecnología como vector de inversión y de innovación en los medios de comunicación aparece nítidamente retratada en la creciente concentración trans-sectorial entre corporaciones tecnológicas y empresas de contenidos, como en el caso de la fusión entre AOL y Time Warner, o entre Microsoft y NSBC. Al mismo tiempo, esa convergencia tecnológica, estructurada principalmente en torno a los grandes dispositivos de comunicación de nuestra época (el televisor, el ordenador y el teléfono), introduce importantes transformaciones en:

a) Las rutinas y destrezas profesionales de la comunicación:
Las profesiones de la comunicación se ven cada vez más determinadas por una creciente necesidad de versatilidad, adaptación a las nuevas condiciones tecnológicas, multifuncionalidad, etc.

b) Los hábitos de consumo de los contenidos comunicativos
Los hábitos de consumo tienden a expandirse más allá de franjas horarias determinadas, siendo cada vez más individualizados y accesibles en el momento en que el usuario lo desee. Asimismo se extienden las franjas de edad y perfil de uso de las audiencias. Finalmente, debido a la configuración de contenidos comunicativos globales, el consumo de contenidos abarca la práctica totalidad de los episodios de vida de los usuarios.

c) La naturaleza de los productos comunicativos
Como ya hemos señalado, los desarrollos tecnológicos obedecen a requisitos de producción (amortización de costes) y de interés del público (instantaneidad, espectacularidad, etc.). En este sentido, la convergencia tecnológica ha contribuido decisivamente a la espectacularización de los contenidos comunicativos en la cultura de masas.

d) La legislación y el control
La concentración empresarial propiciada por la convergencia tecnológica, junto con la delicada naturaleza de los contenidos mediáticos en lo relativo a su influencia político-social, plantea serios problemas relacionados con la participación económica y la publicidad del control en la toma de decisiones

e) Brecha tecnológica

El hecho de que la inversión tecnológica sea patrimonio prácticamente exclusivo de los países desarrollados y de las empresas transnacionales plantea también importantes cuestiones respecto de la colonización económica y cultural de los sectores y países menos desarrollados.

4.2. La convergencia económica

.- La estrecha relación existente entre la convergencia tecnológica y los poderes político y empresarial queda patente cuando consideramos que son, precisamente, el marco legislativo, la iniciativa estatal y la iniciativa privada quienes rigen el qué, el cómo y el cuándo de la investigación y la innovación tecnológica.

.- La tradicional y problemática vinculación entre poder mediático, poder político y poder económico es objeto preferente de estudio de la corriente denominada economía política de la comunicación (Ver tema 8). La economía política de la comunicación nace, pues, como el estudio y valoración crítica de las relaciones ocultas entre el emisor y su entorno político-económico en relación al receptor. Originariamente, aparece como explicitación de la tradición marxista en un ejercicio de análisis y denuncia de las relaciones e intereses existentes entre la prensa (y más tarde, la TV) y el poder político-económico.

.- En este contexto cabe enclavar las aportaciones de autores clásicos, como Schiller, Mattelart o Chomsky, para quienes los contenidos son formas de 'hegemonía cultural', de 'manufacturación del consenso social', o, sencillamente, de 'manipulación y desinformación' en defensa de los intereses de una élite que controla tanto el poder político como la capacidad de decisión en las grandes empresas. Aunque su aproximación ha sido tildada en ocasiones de 'paranoica', lo cierto es que el proceso de concentración y trans-nacionalización de las corporaciones mediáticas demanda un estudio riguroso e independiente, más aún en un contexto de creciente globalización económica, política y cultural como en el que nos hallamos inmersos.

.- De entre los autores españoles que más han estudiado el trasfondo económico-político de los medios de comunicación nacionales, cabe destacar a Enrique Bustamante, Jesús Timoteo Álvarez, Díaz Nosty, Alberto Moncada o Francisco Sierra, entre otros. La cuestión, en cualquier caso, tiene tanto mayor relevancia, cuanto que las políticas de comunicación de los diferentes países obedecen en mayor medida a los intereses económico-políticos de las élites mencionadas que al interés público real.

4.3. La convergencia semántica: los caracteres del discurso mediático

.- La convergencia tecnológica y económica de los medios de comunicación en el contexto de la comunicación de masas viene acompañada de la aparición de rasgos formales comunes a los contenidos producidos por los medios. Las regularidades observables a partir de estos rasgos comunes constituyen la esencia de lo que se ha dado en llamar 'el discurso mediático', esto es, las características esenciales del modo

en que los medios ofrecen su representación del mundo social y que ha sido progresivamente deslindadas por las aportaciones de la semiótica estructural (Barthes) y los estudios culturales. De entre estos rasgos característicos del discurso mediático, podemos destacar los siguientes:

a) Fragmentación y continuidad

El discurso de los medios es un flujo continuo de contenidos fragmentarios. Los contenidos se presentan como unidades aisladas (informaciones, spots, escenas, locuciones de presentación, etc.) cuyo único nexo es la propia continuidad de la relación interpelativa entre el medio y el usuario, característicamente ejemplificada en la imagen de continuidad en el caso de la TV. A modo de ejemplo, basta quizá mencionar que la única diferencia entre el texto fragmentario resultante de la práctica del zapping y el texto fragmentario resultante de la contemplación de un canal de TV reside, precisamente, en la interpelación de continuidad que el medio hace constantemente al espectador.

b) Esquematización y estandarización

Los tiempos y procesos de producción y consumo, así como los requisitos expresivos del medio, imponen una necesaria esquematización simplificadora de los contenidos. La estandarización de los códigos expresivos es asimismo una condición necesaria de la difusión masiva (que satisface el imperativo de la accesibilidad al mayor número de individuos posible) y de la precariedad de tiempos (que satisface el imperativo de simplificar en lo posible los recursos expresivos). La esquematización y la estandarización producen un ***efecto nivelador*** de los contenidos y los públicos, por el cual tanto el objetivo comunicativo como la configuración del público resultante obedecen a criterios de *media estandarizada*.

c) Inmediatez

El 'tiempo real' es una de las compulsiones características de los medios de masas y de sus soportes tecnológicos. El requisito de la inmediatez aparece en los medios originariamente asociado a la información a través del concepto de 'actualidad' (acortar en lo posible el lapso de tiempo entre el acontecimiento noticioso y su difusión).

Sin embargo, progresivamente la inmediatez se ha ido convirtiendo en un recurso de la condición espectacular del discurso mediático. La inmediatez y el 'tiempo' real constituyen así un elemento clave en la implicación emocional del público: el 'directo' de los programas, el 'en vivo' de las informaciones, etc., cumplen la función de hacer vivencialmente presente al espectador en el universo representado por el contenido. Contrariamente a sus orígenes, el 'tiempo real' no cumple ya una función informativa, sino predominantemente espectacular: ofrece la sensación de 'estar allí', de 'vivir in situ' el acontecimiento mediático. Las imágenes en directo del atentado de las Torres Gemelas o de la Guerra de Irak pueden servir en este punto como ejemplo.

d) Redundancia

Los requisitos de esquematización y estandarización característicos del discurso mediático han suscitado una cada vez más frecuente tendencia a la repetición o la redundancia de los contenidos. El objetivo de producir contenidos de fácil accesibilidad para un elevado número de audiencia motiva que la familiaridad,

el recuerdo o la resonancia se conviertan en valores característicos del discurso mediático. La mejor forma de garantizar que un contenido es accesible para la mayoría es, precisamente, que ese contenido reproduzca los mismos esquemas de otro contenido que ya ha sido consumido por esa misma mayoría.

Además, como apuntábamos más atrás, la progresiva espectacularización del discurso mediático ha provocado un progresivo desplazamiento del significado hacia la realización técnica de los contenidos. Esa pérdida de interés del significado (la narración, el argumento, el sentido) hace que cada vez con más frecuencia se minimicen los recursos empleados en la sofisticación de aquello que se cuenta para concentrar los esfuerzos en el 'cómo se cuenta'. El resultado son unos contenidos que reproducen invariablemente los mismos esquemas argumentales reducidos a la mínima expresión, pero que se diferencian entre sí por el grado de sofisticación en su factura técnica. El ejemplo más visible lo constituyen prácticas cinematográficas características de nuestra época, como el *remake*, la continuación o el *spin-off*.

La redundancia no sólo se da en el nivel del significado, sino también de los recursos expresivos y estéticos, que son constantemente exportados de unos productos a otros (por ejemplo, entre el cine, la publicidad, el videojuego, la serie de ficción, etc.).

e) Intertextualidad

Una de las derivaciones características de la redundancia en los contenidos mediáticos es, precisamente, la de la intertextualidad. Enmarcada dentro de las estrategias que persiguen la simplificación y la familiaridad del público con el objeto de facilitar el consumo, aparecen con más frecuencia referencias intertextuales (contenidos construidos sobre la referencia a otros contenidos). La intertextualidad, además, constituye la expresión más característica de esa creciente auto-referencia con que Umberto Eco caracterizaba la neo-televisión.

f) Mestizaje y agenericidad

Como consecuencia de la intertextualidad, se observa una creciente mezcla de géneros y procedimientos expresivos. Quizá la expresión más visible de este mestizaje y su consiguiente pérdida de regularidad en los géneros (agenericidad) sea la constitución de subgéneros característicamente híbridos, como el *reality-show*, el *infotainment*, la *sit-com*, o el concurso de 'experimento social' al estilo de Gran Hermano, etc.

g) Focalización normalizadora vs focalización excepcionalizante

Los contenidos mediáticos cumplen una doble función paradójica, como factores de normalización social y como factores de excepcionalización espectacular.

Por un lado, los contenidos mediáticos contribuyen a producir una imagen coherente y global del mundo social, que integra de forma normalizada todos aquellos aspectos singulares, insólitos, excepcionales o inexplicables de la vida social. La normalización de tabúes socioculturales, de catátrofes o acontecimientos traumáticos figuran entre las aportaciones de la actividad mediática en este sentido. Al mismo tiempo, y en relación con esa función normalizadota, los contenidos mediáticos pueden llegar a trivializar

acontecimientos o cuestiones de excepcional importancia social, relegándolas a un segundo plano.
Sin embargo, por otro lado, los medios recurren constantemente al impacto de lo llamativo, de lo excepcional, de lo insólito, enfatizándolo y exaltándolo con el objeto de captar el interés y la fascinación del público. Pueden, incluso, excepcionalizar lo trivial y lo ordinario.

h) Atemporalidad y presentización

Las características de fragmentación, continuidad e inmediatez, junto con la redundancia y el mestizaje de géneros y formas expresivas producen en los contenidos mediáticos un característico efecto de 'atemporalidad'. Los contenidos es enclavan, ciertamente, en contextos y referencias históricos, pero al mismo tiempo resultan permanentemente recuperables y reciclables. En la medida en que nuestros recuerdos son (entre otros) recuerdos de contenidos mediáticos, éstos son permanentemente actualizados y reciclados. El resultado es, por un lado, una absorción del pasado por el presente y, por otro, una absorción del futuro por el presente.
Sintomáticamente, la atemporalidad de los contenidos mediáticos se condensa en:

a. Repetición, reposición y reciclaje
b. Resignificación de los contenidos
c. Aperiodificación del consumo
d. Mezcla de las franjas de edad como elemento distintivo del consumo

i) Mezcla de espacios (público/privado)

Una de los aspectos más visibles de la progresiva espectacularización de los contenidos mediáticos, asociada además a la compulsión de la inmediatez como implicación vivencial del público, es sin duda la cada vez más frecuente mezcla entre el espacio público y el espacio privado.
La propia naturaleza de los medios, en especial de la radio y la televisión, constituye originariamente una forma de inserción del espacio público (el Parlamento, el lugar de la noticia, el contexto social de la ficción) en el espacio privado (la sala de estar, el dormitorio, la cocina…).
La importancia creciente de la individualización de los contenidos, facilitada por los desarrollos tecnológicos, y la expansión de los tiempos de consumo mediático contribuyen también a esa mezcla, donde cada vez más lo público (entendido genéricamente como 'lo visible por todos') invade lo privado.
Finalmente, la propia naturaleza espectacular asociada a la hipervisibilidad (y articulada sobre la 'pulsión escópica' o voyeurista del espectador) favorece de forma creciente esa superposición de lo público sobre lo privado.

j) Dramatización y simulación

Finalmente, la dramatización y la simulación constituyen las estrategias discursivas dominantes de los contenidos mediáticos, y se hallan estrechamente asociadas con la característica del espectáculo como reproducción hiperrealista.

5. LA EXPERIENCIA MEDIADA Y LA EXPERIENCIA MEDIÁTICA

.- En el contexto general de progresiva espectacularización del discurso mediático y de la cultura de masas, los conceptos de información y conocimiento con que tradicionalmente se ha abordado el estudio de los medios de comunicación necesitan ser revisados. Efectivamente, el espectáculo como forma dominante de interacción comunicativa, antes que sobre la información o el conocimiento, se constituye sobre el concepto de *experiencia*.

.- El concepto de experiencia añade a la dimensión cognitiva de la 'información' (en el sentido general de datos relevantes de la interacción con el entorno) algunos componentes esenciales característicos de la relación espectacular, como son el ***componente sensorial*** y el ***componente emocional***. La experiencia, además, en el sentido de vivencia individual, constituye la fuente por excelencia de la identidad de los sujetos sociales: lo que somos se construye sobre la base de nuestra experiencia.

.- La idea de experiencia como núcleo de la interacción comunicativa mediática, como eje de la actividad económica y como objeto de intercambio en la relación espectacular, en definitiva, aporta nuevas luces al análisis de los medios y la cultura de masas.

5.1. El secuestro de la experiencia y la mediación tecnológica de la experiencia

.- Anthony Giddens (1991) caracteriza a la modernidad occidental por tres grandes transformaciones en las condiciones de la experiencia individual y colectiva como fuentes de identidad:

- **El 'desanclaje' o desubicación de la experiencia**

.- En las sociedades tradicionales, la experiencia de los individuos (sus vivencias) estaba fuertemente vinculada a un tiempo y un espacio concretos. La tierra, la comunidad, la tradición, la edad, etc. constituían el marco en el que la experiencia vital de cada individuo adquiría sentido.

.- Las sociedades modernas, especialmente a partir de los desarrollos tecnológicos, la masificación y la consolidación del modo de vida urbano, se caracterizan precisamente por una progresiva desvinculación de la experiencia individual de las condiciones espacio-temporales en que ésta tiene lugar.

.- La globalización de las comunicaciones, las interacciones mediadas por la tecnología, el anonimato y la formalización de la vida cotidiana en las grandes urbes y la economía de consumo hacen posible esa desvinculación hasta tal punto que un individuo puede desarrollar un amplio conjunto de experiencias (interacciones sociales, viajes, simulaciones, etc.) de forma totalmente desvinculada de su entorno habitual.

.- En términos generales, por tanto, la experiencia individual en las sociedades contemporáneas está cada vez más determinada por las condiciones del mercado y

de los propios intereses o deseos del sujeto que por sus condiciones espacio-temporales.

- **El secuestro de la experiencia**

.- Giddens señala que una de los rasgos definitorios de las sociedades modernas es lo que él denomina el '*secuestro de la experiencia*'. En una dinámica general de producción de seguridad y eliminación de incertidumbres como característica del desarrollo de las instituciones, las sociedades occidentales se han especializado en sustraer del ámbito de la experiencia individual aspectos especialmente traumáticos, generadores de inseguridad o incertidumbre y que, sin embargo, tradicionalmente han jugado un papel muy importante (precisamente por su condición traumática) en la configuración de la experiencia individual y, por extensión, de las identidades sociales.

.- Entre esos ámbitos traumáticos de la experiencia que son 'absorbidos' por las instituciones de la modernidad (los cuerpos de seguridad, el sistema penitenciario, el sistema sanitario, el sistema educativo, la ciudad, etc.), Giddens señala entre otros los siguientes: la muerte, la enfermedad, el dolor, la sexualidad, la naturaleza.

.- Paralelamente a ese secuestro de la experiencia, como han señalado Giddens y Thompson, las sociedades occidentales contemporáneas han desarrollado un complejo sistema de representación o simulación de la experiencia que viene, aparentemente, a paliar las carencias suscitadas por esa 'confiscación' de ámbitos experienciales y que, sin embargo, contribuye a reforzarlo. Se trata de la mediación tecnológica de la experiencia.

.- En otras palabras, cuanto más son sustraídos al individuo ámbitos particulares de su experiencia vital, tanto más son estos sustituidos por mediaciones (o simulaciones) de la experiencia (Wolf, 1994). Así, por ejemplo, si rememoramos nuestra propia trayectoria vital, encontraremos que nuestras primeras experiencias sobre de la naturaleza, la sexualidad, el dolor o la muerte, son primaria y predominantemente, experiencia tecnológicamente mediadas (es decir, representaciones a través de tecnologías).

- **La mediación tecnológica de la experiencia**

.- Obviamente, la mediación de la experiencia no es un fenómeno novedoso ni exclusivo de la modernidad. Ya desde el interaccionismo simbólico se apuntaba que la condición humana reside, precisamente, en la capacidad de representar el mundo y su vivencia. El lenguaje o el arte pueden así ser considerados como técnicas de mediación de la experiencia, en la medida en que permiten hacer llegar a otros sujetos experiencias vicarias, es decir, experiencias que no ha vivido.

.- Sin embargo, las sociedades occidentales contemporáneas se diferencian por el hecho de que el desarrollo tecnológico ha permitido incrementar exponencialmente la cantidad, calidad e intensidad de las experiencias mediadas disponibles en un grado impensable hace sólo unas décadas.

.- Así, la tendencia característica de las sociedades desarrolladas contemporáneas se dirige hacia una progresiva sustitución de las experiencias no mediadas, individuales, singulares, irrepetibles, directas y en relación de comunicación cara a cara por experiencias tecnológicamente mediadas sujetas a las condiciones del mercado.

.- En este contexto, los medios de comunicación y la cultura de masas en general aparecen como un complejo entramado de suministro de experiencias tecnológicamente mediadas. Basta echar un vistazo superficial a los productos de la cultura de masa y sus estrategias de comercialización para advertir que la gran mayoría de ellos se presenta en la forma de 'experiencias consumibles'.

5.2. La comercialización de la experiencia

.- En un contexto en el que de forma creciente la principal fuente de experiencias a partir de las cuales los individuos configuran su identidad son experiencias tecnológicamente mediadas, es inevitable que se den importantes transformaciones económicas y sociales.

.- Entre las primeras (las transformaciones sociales) cabe destacar:

a. Pérdida de la socialidad (la interacción directa, fuente original de socialidad, es cada vez menos frecuente, siendo sustituid por la interacción con el medio tecnológico)
b. Pérdida de individualidad (desaparición del espacio privado y de los rasgos de la individualidad)
c. Claustrofilia y aislamiento (encerramiento del individuo en espacios de interacción tecnológicamente mediada)

.- Entre las transformaciones de naturaleza económica cabe desatacar la reflexión aportada por Jeremy Rifkin en 'La era del acceso':

> «las personas son ante todo y en primer lugar consumidores de símbolos, más que de meros productos» Rifkin, 2000:235

> «Estamos realizando la transición a lo que los economistas llaman una "economía de la experiencia", un mundo en el cual la vida de cada persona se convierte, de hecho, en un mercado de publicidad. [...] La producción cultural comienza a eclipsar a la producción física en el comercio y el intercambio mundial. [...]. En la era industrial, cuando la producción de bienes constituía la parte principal de la actividad económica, tener la propiedad era decisivo para alcanzar éxito y sobrevivir. En la nueva era, en la que la producción cultural se convierte de manera creciente en la forma dominante de la actividad económica, asegurarse el acceso a la mayor diversidad de recursos y experiencias culturales que alimentan nuestra existencia psicológica se convierte en algo tan importante como mantener la propiedad. [...] La producción cultural refleja la etapa final del modo de vida capitalista, cuya misión esencial ha sido siempre la de incorporar cada vez mayor parte de la actividad humana al terreno del comercio. [...]» (Rifkin, 2000:18-19)

> «La venta creciente de cultura en forma de actividad humana como pago por evento conduce rápidamente a un mundo en el cual los tipos pecuniarios de relación humana sustituyen a las relaciones sociales tradicionales» (Rifkin, 2000:20).

«Las industrias culturales –incluyendo la industria discográfica, las artes, la televisión y la radio– producen, envasan y comercializan las experiencias culturales de forma que se contraponen con los servicios o productos físicos. Sus bienes comercializables consisten en vender el acceso a corto plazo a mundos simulados y a estados de conciencia modificados. La cuestión es que las industrias culturales constituyen un modelo organizativo ideal para la economía global que está pasando de los bienes y servicios comercializables a comercializar la misma experiencia cultural» (Ibid.:48)

C ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- Seleccionar un producto comunicativo global y realizar un análisis crítico conforme a los epígrafes del tema.

D BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- ABRIL, Gonzalo. *Teoría General de la Información* (manual). Edit. Cátedra. Madrid [1997]
- ABRUZZESE, A. y MICONI, A. *Zapping. Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid. Ed. Cátedra (2002)
- BECK, U., *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Paidós (1998)
- CASTELLS, M.; *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol 1. *La Sociedad Red*. Madrid, Alianza (1997)
- ECO, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*. Edit. Lumen. Barcelona (1968) [1999]
- GIDDENS, A., Modernidad e identidad del yo, Barcelona, Península (1991)
- GONZÁLEZ REQUENA, J. *El discurso televisivo. Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Ed. Cátedra (1997).
- IMBERT, G. *El zoo visual*. Barcelona, Ed. Gedisa (2002)
- LIPOVETSKY, G. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, Anagrama (1986).
- McQUAIL, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed. Paidos (1991) [1983]
- MUÑOZ, B. *Teoría de la pseudocultura.* Madrid, Fundamentos (1995).
- RIFKIN, J. *La era del acceso*. Barcelona, Paidós (2001).
- RITZER, G., *El encanto de un mundo desencantado*, Barcelona, Ariel (2000).
- THOMPSON, J.B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós (1998).
- VERDÚ, V. *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona, Anagrama (2003).
- WOLTON, D. *Sobre la Comunicación*, Madrid, Acento (1999).

E PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- Señale los rasgos esenciales de las profundas transformaciones sociales que acompañan el surgimiento de la masa
- Señale brevemente las tesis de Canetti sobre la masa social
- ¿Qué caracteriza a la cultura de masas?
- Señale la relación entre neotelevisión y espectáculo
- ¿Qué relación se plantea entre cultura de masas y medios de comunicación de masas?
- ¿Qué caracteriza a los sujetos individuales en la cultura de masas? ¿Y a los contenidos?
- ¿Qué tres conceptos propone Giddens sobre el papel de los medios de masas en la configuración de la identidad individual en las sociedades modernas?